

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN HARGA DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG ANGKATAN 2016**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Alfina Salsa Bella**

**NIM. 16410052**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2020**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN HARGA DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG ANGKATAN 2016**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh:

**Alfina Salsa Bella**

**16410052**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN HARGA DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG ANGKATAN 2016

SKRIPSI

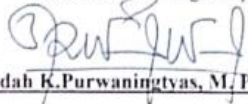
Oleh

Alfina Salsa Bella

NIM. 16410052

Telah disetujui oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

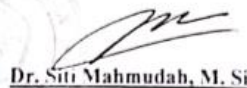
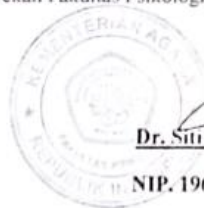


Dr. Endah K. Purwaningtyas, M. Psi, Psikolog.

NIP. 19750514200003 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M. Si.

NIP. 19671029 199403 2001

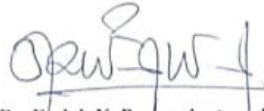
**SKRIPSI**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN HARGA DIRI TERHADAP  
PERILAKU KOMSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
ANGKATAN 2016**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal, 29 September 2020

**Susunan Dewan Penguji**

**Dosen Pembimbing,**



**Dr. Endah K. Purwaningtyas, M. Psi, Psikolog**  
NIP. 19750514 200003 2 003

**Anggota Penguji Lain  
Penguji Utama,**



**Dr. Yulia Sholichatun, M. Si**  
NIP. 19700724 200501 2 003

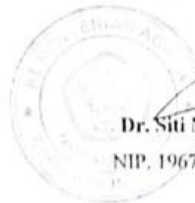
**Ketua Penguji,**



**Drs. Zainul Arifin, M. Ag**  
NIP. 19650606 199403 1 003

Skripsi ini telah disetujui sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Tanggal, 29 September 2020

**Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Dr. Siti Mahmudah, M. Si**  
NIP. 19671029 199403 2 001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah :

Nama : Alfina Salsa Bella

NIM : 16410052

Jurusan : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penelitian saya yang berjudul *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2016* adalah benar merupakan penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Apabila di kemudian hari dalam penelitian saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai sanksi Akademik yang berlaku di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 09 November 2020

Yang Menyatakan



Alfina Salsa Bella

NIM. 16410052

## MOTTO

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara syetan dan syetan itu sangat ingkat kepada Tuhannya” (QS. Al-Isra’: 27)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapakku Agung dan Ibuku Mutmaina yang tercinta. Nenek dan Sepupu saya yang tersayang. Yang tidak henti-hentinya mendidik, memberi dukungan baik moril maupun materil serta do'a yang selalu dipanjatkan agar saya menjadi "*Thalibul 'Ilmi*" yang istiqomah dalam kejujuran.

Keluarga Besar yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya hingga dapat melalui semua proses ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya . sholawat serta salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita harapkan syafaatnya dan menuntun kita ke jalan yang terang benderang yakni *Addinul islam*. Proses penyelesaian penelitian ini melewati banyak rintangan namun berkat arahan dan bimbingan dari berbagai pihak atas kehendak Allah SWT rintangan tersebut Alhamdulillah dapat terselesaikan. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih banyak kepada ibu Dr. Endah K.Purwaningtyas selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan dan semangat yang laur biasa berharga kepada peneliti.

Selanjutnya ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M. Psi, Psikolog, selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan ikhlas dalam membimbing proses penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Dr. Rahmat Aziz selaku dosen wali yang telah memberikan arahan akademik dan bimbingan lainnya selama penulis menjadi mahasiswa.



5. Bapak/Ibu dosen dan seluruh civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Semua Pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan telah membantu dan memberi dukungan.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua kalangan bidang pendidikan dan praktik lapangan selanjutnya.

Malang, Juli 2020

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Motto .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>مستخلص البحث .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
A. Perilaku Konsumtif.....	18
B. Literasi Ekonomi .....	57
C. Harga Diri .....	65
D. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif .....	77
E. Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif.....	83
F. Hipotesis .....	88
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>90</b>
A. Rancangan Penelitian.....	90
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	90
C. Definisi Operasional .....	91
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	93

E. Metode Pengumpulan Data .....	96
F. Validitas dan Reliabilitas .....	103
G. Pengolahan Data .....	109
H. Metode Analisis data.....	110
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>115</b>
A. Pelaksanaan Penelitian.....	115
B. Pemaparan Hasil Penelitian .....	119
C. Pengujian Uji Asumsi Klasik .....	139
D. Hasil Uji Hipotesis .....	145
E. Pembahasan.....	147
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>158</b>
A. Kesimpulan .....	160
B. Saran .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>162</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>169</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2.1 Analisis Komponen Teks Psikologi tentang Perilaku Konsumtif.....	31
Tabel 2.2 Deskripsi Makna Kosakata.....	35
Tabel 2.3 Deskripsi Makna Kosakata.....	36
Tabel 2.4 Deskripsi Makna Kosakata.....	37
Tabel 2.5 Deskripsi Makna Kosakata.....	38
Tabel 2.6 Deskripsi Makna Kosakata.....	38
Tabel 2.7 Deskripsi Makna Kosakata.....	39
Tabel 2.8 Deskripsi Makna Kosakata.....	40
Tabel 2.9 Deskripsi Makna Kosakata.....	41
Tabel 2.10 Deskripsi Makna Kosakata.....	42
Tabel 2.11 Deskripsi Makna Kosakata.....	43
Tabel 2.12 Deskripsi Makna Kosakata.....	44
Tabel 2.13 Analisis Komponen Teks Islam.....	46
Tabel 2.14 Tabulasi Inventaris Teks Islam dalam Al-Qur'an tentang Perilaku Konsumtif.....	47

Tabel 3.1 Data Mahasiswa Aktif .....	94
Tabel 3.2 Data Sampel .....	96
Tabel 3.3 Nilai Skala Likert .....	97
Tabel 3.4 Skala Literasi Ekonomi .....	99
Tabel 3.5 Skala Harga Diri .....	100
Tabel 3.6 Skala Perilaku Konsumtif .....	106
Tabel 3.7 Jadwal Pelaksanaan CVR (Content Validity Ratio).....	107
Tabel 3.8 Hasil CVR Skala Literasi Ekonomi.....	105
Tabel 3.9 Hasil CVR Skala Harga Diri.....	106
Tabel 3.10 Hasil CVR Skala Perilaku Konsumtif.....	107
Tabel 3.11 Koefisien Reliabilitas.....	109
Tabel 4.1 Hasil Deskriptif Frekuensi Subjek Penelitian.....	119
Tabel 4.2 Deskripsi Skor Hipotetik.....	121
Tabel 4.3 Kategorisasi Literasi Ekonomi.....	123
Tabel 4.4 Kategorisasi Harga Diri.....	124
Tabel 4.5 Kategorisasi Masing-masing Fakultas.....	125
Tabel 4.6 Kategorisasi Perilaku Konsumtif.....	127
Tabel 4.7 Kategorisasi Masing-masing Fakultas.....	129

Tabel 4.8 Faktor Utama Pembentuk Variabel Literasi Ekonomi.....	132
Tabel 4.9 Faktor Utama Pembentuk Variabel Harga Diri.....	134
Tabel 4.10 Faktor Utama Pembentuk Variabel Perilaku Konsumtif.....	136
Tabel 4.11 Sumbangan Efektif Variabel Literasi Ekonomi.....	137
Tabel 4.12 Hasil Sumbangan Efektif Variabel Literasi Ekonomi.....	138
Tabel 4.13 Sumbangan Efektif Variabel Harga Diri.....	138
Tabel 4.14 Hasil Sumbangan Efektif Variabel Harga Diri.....	139
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	140
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas.....	140
Tabel 4.17 Hasil <i>Deviation From Linearity Sig</i> .....	141
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	142
Tabel 4.19 Uji Analisis Regesi Berganda.....	143
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	144
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	145
Tabel 4.22 Hasil Uji T.....	146

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Pola Teks tentang Perilaku Konsumtif.....	30
Gambar 1.2 Bagan Peta Konsep tentang Perilaku Konsumtif.....	32
Gambar 1.3 Bagan Pola Teks tentang Perilaku Konsumtif.....	45
Gambar 1.4 Bagan Peta Konsep tentang Perilaku Konsumtif.....	46
Gambar 1.5 Grafik Skor Sebaran Data Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	120
Gambar 1.6 Prosentase Skala Literasi Ekonomi.....	123
Gambar 1.7 Prosentase Skala Harga Diri.....	124
Gambar 1.8 Prosentase Skala Perilaku Konsumtif.....	127

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian.....	173
Lampiran 2 Hasil CVR.....	179
Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas.....	196
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	200
Lampiran 5 Analisis Data.....	233
Lampiran 6 Sumbangan Efektif.....	234
Lampiran 7 Data Responden.....	235



## ABSTRAK

Salsa Bella, Alfina. 2020. SKRIPSI. Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2016. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Endah K.Purwaningtyas., M.Psi, Psikolog

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Harga Diri, Perilaku Konsumtif

---

Pada abad ke-21, globalisasi adalah salah satu cara hidup mendunia antar masyarakat. Ekonomi global merupakan suatu aktivitas perekonomian yang berkumpul menjadi satu. Pasar global muncul di kota-kota besar, yang dulu hanya ada pasar tradisional hingga menjadi *direct* dan *cyber marketing*. Berkembangnya pasar-pasar tersebut mempengaruhi masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli produk dengan berlebihan untuk memenuhi *lifestyle*. Dari permasalahan tersebut membuat perhatian bagi peneliti untuk melihat dari segi lembaga pendidikan dalam mempengaruhi proses perilaku konsumtif mahasiswa. Lembaga tersebut adalah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, karena lembaga pendidikan tersebut dekat dengan mall-mall besar di kota Malang, seperti Matos, Transmart dan Matahari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menggunakan uji Analisis regresi berganda. Pengambilan data menggunakan skala yang diisi oleh 300 responden dengan metode *cluster random sampling*. Skala disebar ke 7 fakultas yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pengambilan data menggunakan skala literasi ekonomi yang dibuat sendiri dengan teori literasi ekonomi dan mengadopsi skala perilaku konsumtif dan harga diri dari Ratna Yunita (2004).

Hasil penelitian ini dengan analisis simultan bahwa tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Angkatan 2016. Tingkat literasi ekonomi dengan prosentase 100% rendah, tingkat harga diri dengan prosentase 67% Sedang, tingkat perilaku konsumtif dengan prosentase 61% sedang. Kemudian terdapat pengaruh negatif literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana malik ibrahim malang angkatan 2016 dengan nilai - 0,042 artinya apabila literasi ekonomi meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun, selanjutnya tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa uin maulana malik Ibrahim malang angkatan 2016 dengan nilai 0,022 artinya apabila kenaikan harga diri akan mengakibatkan kenaikan pada perilaku konsumtif.

## ABSTRACT

Salsa Bella, Alfina. 2020. Thesis. The Effect of Economic Literacy and Self-Esteem on Consumptive Behavior of 2016 Student of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang. Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang.

Supervisor : Dr. Endah K.Purwaningtyas., M. Psi, Psikolog

---

In the 21st century, globalization is one way of world wide life between communities. The global economy is an economic activity that converges into one. Global markets emerge in big cities, which used to be only traditional markets to become direct and cyber marketing. The development of this markets influence the society to behave consumptively. Consumptive—the behavior of purchasing products excessively to satisfy the lifestyle. From the problem above the researcher get pay attention to considering that the point of view of educational institution within influencing the process of student's consumptive behavior. The institution is Islamic State Univesity Of Maulana Malik Ibrahim Malang, because the educational institution is close to major malls in the city of Malang, such as Matos (Malang Town Square), Transmart and Matahari. This research aim to determine the effect of Economic Literacy And Self-Esteem on Consumptive Behavior of 2016 Student of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang.

This study uses quantitative research and multiple regression analysis. The data collection is by using scale filled by 300 respondents with cluster random sampling method. The scale is distributed to 7 faculties of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang. The data were collected by using a scale of economic literacy wich made by using the researcher based on theory of Economic Literacy and adopting the scale of consumptive behavior and self-esteem from Ratna Yunita (2004).

The result with a simultaneous shows there is no affect economic literacy and self-esteem on consumptive behavior of 2016 Student of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang. That the economic literacy level is 100% at a low level, self-esteem level is 67% at medium level, consumptive behavior is 61% at medium level. Moreover, there is negative effect of economic literacy on the consumptive behavior of 2016 students of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang with score -0,042. It means that if economic literacy increases, the consumptive behavior will decrease. In addition, there is no effect of self-esteem on the consumptive behavior of 2016 students of Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang with score 0,022. It mean, if an increase in self-esteem will result in an increase in consumptive behavior.

Keyword: Economyc Literacy, Self Esteem, Consumptive Behavior

### مستخلص البحث

سلسبيلا ، ألفينا. 2020. بحث العلم. أثر محو الأمية الاقتصادية وعزّة النفس على السلوك الاستهلاكي لطلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج فئة 2016. كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفة : الدكتورة إينداه كورنياواتي بوروانغيتياس, Psikolog, M.Psi

في القرن 20، العولمة هي إحدى من حمية المشهورة بين العامة. الإقتصادية العالمي هو نشاط اقتصادية الذي يتقارب المجتمع. تظهر الاسواق العالمية في المدن الكبرى، في الماضي يكون الأسواق التقليدية لتصبح اسواقا مباشرة واسواقا افتراضية. تقدمه الأسواق يؤثر العامة لسلوك الإستهلاكي. السلوك الاستهلاكي هو سلوك شراء المنتجات بشكل مفرط أو لتحقيق نمط حياة. أما عوامل تؤثر على السلوك الاستهلاكي، من المشاكل المذكورة لفتت انتباه الباحثين لتري من ناحية المؤسسات التعليمية في التأثير على عملية السلوك الإستهلاكي. المؤسسة هي الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا ملك ابراهيم مالانج، لأن هذه المؤسسات التعليمية قريبة من مراكز التسوق الكبرى في مالانج ، مثل ماتوس وترانسمارت وماتاهاري. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الثقافة الاقتصادية وتقدير الذات على السلوك الاستهلاكي لطلاب جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2016.

يستخدم هذا البحث طرق البحث الكمية. تستخدم تحليل الانحدار المتعدد. استرجاع البيانات باستخدام مقياس ملأه 300 مستجيب بطريقة أخذ العينات العشوائية العنقودية. تم توزيع المقياس على 7 كليات في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية يستخدم جمع البيانات مقياسًا لمحو الأمية الاقتصادية مصنوعًا من تلقاء نفسه مع نظرية محو الأمية الاقتصادية ويتبنى مقياسًا للسلوك الاستهلاكي واحترام الذات من راتنا يونيتا (2004).

وجاءت نتائج هذه الدراسة مع التحليل الآتي بعدم وجود تأثير لمحو الأمية الاقتصادية واحترام الذات على السلوك الاستهلاكي لطلاب الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا ملك ابراهيم ، مالانج 2016. مستوى محو الأمية الاقتصادية بنسبة منخفضة 100٪، و احترام الذات بنسبة 67٪ متوسط، و السلوك الاستهلاكي بنسبة 61٪ معتدلة. ثم هناك تأثير سلبي لمحو الأمية الاقتصادية S على سلوك المستهلك لطبقة جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج الفقيرة لعام 2016 بقيمة -0.042 مما يعني أنه في حالة زيادة محو الأمية الاقتصادية، سينخفض السلوك الاستهلاكي، فلن يكون هناك تأثير احترام الذات على سلوك المستهلك لطلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج مع 2016 قيمة 0.022. مما يعني أنه إذا كانت زيادة احترام الذات ستؤدي إلى زيادة في السلوك الاستهلاكي.

الكلمة المتحيرة : محو الأمية الاقتصادية، عزّة النفس، السلوك الاستهلاكي.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada awal abad ke duapuluh satu, globalisasi atau proses mendunia adalah suatu cara arah hidup yang mendunia antar masyarakat saling berelasi dan berpengaruh. Pada aspek ekonomi biasanya disebut dengan istilah ekonomi global yang merupakan suatu aktivitas perekonomian berbagai negara di dunia, berkumpul menjadi pasar dan kesatuan tanpa hambatan apapun. Pasar global sudah muncul di kota-kota besar dan disemarakkan oleh keberagaman, keberagaman tidak hanya terjadi pada para pemasar, tetapi produsen dan penjual. Pada zaman dulu hanya ada pasar tradisional, sekarang pesatnya perkembangan di bidang ekonomi didukung dengan menjamurnya pusat perbelanjaan di kota-kota, baik kota besar maupun kecil. Seperti mall, supermarket, distro, minimarket. Selain itu terdapat pergeseran dari secara massal (*mass marketing*) ke pemasaran relung (*niche marketing*) sampai ke pemasaran langsung (*direct marketing*), sampai ke belanja maya (*cyber shopping*). Banyaknya produk yang masuk ke pasar *domestic* memudahkan masyarakat menjangkau berbagai produk. (Schiffman & Kanuk, 2008)

Berkembangnya pasar-pasar tersebut, mempengaruhi masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Kemajuan dan kemodernan semakin berkembang pesat sehingga membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat. Pembangunan mall-mall di kota besar telah dipilih oleh investor karena dianggap masyarakat di kota menempati kelas menengah ke atas. Adanya mall atau pertokoan di kota menyebabkan timbulnya konsumsi masyarakat yang berubah menjadi konsumtif. Hal ini sependapat dengan (Purnomo, 2013) yang menyatakan bahwa biaya hidup yang dikeluarkan oleh masyarakat di perkotaan kisaran angkanya 4 juta setiap bulan dan dinilai masyarakatnya konsumtif.

Konsumtif berasal kata “konsumsi” yang berarti menggunakan barang sifatnya yaitu memakai tanpa menghasilkan barang. Konsumsi adalah kebutuhan manusia untuk bertahan hidup, maka konsumsi menjadi hal yang wajar bagi manusia. Semakin pesatnya perkembangan zaman dan majunya teknologi mulai muncul tren-tren baru yang membuat masyarakat harus membeli produk-produk baru dan membuang produk lama yang ketinggalan. Kemudian muncul perilaku konsumtif, menurut (Sumartono, 2002) perilaku konsumtif yaitu aktivitas menggunakan barang-barang secara berlebihan, ketika barang yang dimiliki belum tuntas digunakan tetapi membeli barang baru dengan alasan banyak orang yang menggunakan barang tersebut. Perilaku konsumtif yaitu pemakaian suatu produk yang mampu memberi kesenangan semata dan kepuasan tersendiri

dikarenakan gaya hidup yang dikuasai oleh nafsu agar terpenuhi hasrat dan keinginan.

Konsumtif ini kemudian menjadi budaya yang sengaja dibentuk oleh produsen melalui proses panjang, tujuannya agar masyarakat mengonsumsi barang secara terus menerus. Menurut Ana dalam jurnal Pendidikan Ekonomi menyebutkan bahwa sedikit banyaknya konsumsi yang dilakukan oleh individu disebabkan oleh beberapa aspek yaitu: penghasilan, estimasi harga ke depan, promosi, adanya produk, minat, tren, anggota keluarga, dan lingkungan sosialnya.

Budaya konsumtif ini sangat erat kaitannya dengan remaja atau dewasa. Survey terbaru lembaga riset Snapcart pada tahun 2018 menyatakan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak yakni 50% kisaran umur 25-34 tahun. Kemudian mayoritas konsumen yang hobi belanja adalah wanita dengan jumlah yakni 65%, sedangkan yang berasal dari generasi Z sebanyak 80%. “anak-anak muda usia 15-34 tahun mendominasi 80%. (Kompas.com). Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah generasi Y kisaran tahunnya (1995-2014). Artinya umur mereka sekarang adalah memasuki rentang remaja akhir menuju dewasa awal. Remaja atau *adolescence* adalah masa kanak-kanak yang tumbuh berkembang menjadi dewasa dan menghadapi masa puber kemudian remaja sudah dianggap dewasa ketika mereka mampu mengadakan reproduksi.

Remaja adalah masa dimana tahap pencarian jati diri dan menjadi target utama para produsen. Remaja diiming-iming tren, mode dan gaya hidup. Di masa ini mereka adalah konsumen yang mudah terbujuk iklan-iklan baik di social media maupun di tv, remaja adalah masa yang cenderung boros, berpikiran kurang realistis, dan termasuk impulsif. Mahasiswa yang termasuk kategori remaja sekarang ketika mereka membeli barang apapun tidak lagi mempertimbangkannya dengan orang tua, mereka akan percaya dengan temannya, karena anggapan mereka teman adalah *role model* dalam hal konsumsi. Sifat yang dimiliki mereka adalah emosi dalam beraksi, khususnya pada hal konsumsi mereka hanya mementingkan hasrat atau keinginan semata bukan menjadi kebutuhan. Karakter tersebut yang memudahkan produsen untuk masuk ke pasar usia remaja. Mahasiswa yang termasuk dalam kategori remaja juga menjadi target produsen.

Sebagai mahasiswa sebaiknya mereka mampu mengambil keputusan faktanya mahasiswa sekarang cenderung konsumsi sesuatu yang kurang efektif. Menurut (Alihamdan, 2018) dalam jurnal Pendidikan Ekonomi menyatakan bahwa mahasiswa memiliki dua perilaku dalam hal konsumsi yaitu bersifat rasional dan irasional. Rasional merupakan aktivitas konsumen dalam hal membeli produk dan memprioritaskan komponen-komponen konsumen secara global yaitu: kebutuhan primer, dadakan, manfaat barang yang dibeli, sedangkan irasional merupakan tindakan konsumen yang gampang tergoda dengan promosi, potongan

harga dan bujuk rayu suatu barang dan jasa dan tidak mengutamakan komponen-komponen konsumen. Fenomena perilaku konsumtif yang ada di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah mahasiswa membeli barang hanya karena tertarik dengan kemasan yang sangat menarik, ada juga yang membeli suatu barang hanya mempertimbangkan harga tidak memikirkan manfaat barang tersebut, atau karena mengikuti idola nya yang memakai barang tertentu akhirnya mahasiswa mengikutinya.

Menurut (Tagala, 2018) pandangan tentang diri kita sendiri dan cara kita untuk hidup ditentukan oleh dua faktor yakni: faktor internal meliputi pembelajaran konsep dasar ekonomi (literasi ekonomi), konsep diri, gaya hidup kepribadian, nilai-nilai, emosi dan memori. Kemudian faktor eksternal meliputi budaya, usia, teman-teman, keluarga dan subkultur. Ilmu ekonomi penting guna memberikan pengetahuan konsep dasar ekonomi agar dapat diaplikasikan oleh mahasiswa dengan baik. Menurut (Sumartono, 2002) dalam tulisan Made Indah menyatakan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi konsumtif meliputi budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Faktor internal berkaitan dengan pendidikan berperan sangat penting dalam peningkatan kualitas SDM. Dari segi pendidikan baik formal maupun informal, tidak dapat dipisahkan dalam hidup individu karena selama hidup individu akan mempelajari sesuatu yang baru, dengan demikian individu tersebut mendapat pengetahuan yang baru juga.



Menurut Winkel (1991), proses belajar menghasilkan pengetahuan dan *skill* individu. Melalui proses belajar *skill* dan pengetahuan akan bertambah. Proses belajar adalah aktivitas psikis atau mental, yang melibatkan interaksi dan akan menghasilkan nilai, sikap dan perubahan-perubahan. Maksudnya adalah individu disebut belajar ketika ia mampu melakukan perubahan dalam hal bertindak sehingga penambahan pengetahuan termasuk literasi ekonomi menjadi hal yang urgent. Literasi ekonomi atau melek pengetahuan tentang ekonomi adalah aplikasi dari hasil belajar yang dapat dimanfaatkan mahasiswa untuk menjadi konsumen cerdas dan berfikir rasional, dengan memahami literasi ekonomi akan mampu mengambil arah yang baik pada suatu opsi.

Menurut (Sina, 2012) dalam tulisan Anna mengemukakan bahwa literasi ekonomi adalah perangkat yang digunakan untuk membentuk tindakan baru dari non cerdas menjadi cerdas. Artinya adalah sebagai mahasiswa seharusnya mampu menyisihkan uang atau menggunakan uang agar terpenuhi suatu kebutuhan. Penting bagi mahasiswa untuk memahami literasi ekonomi guna menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa mahasiswa, yang mengaku bahwa seseorang yang suka membaca buku-buku ekonomi dan paham tentang keuangan-keuangan karena juga mempelajari semua itu, tetapi hal itu tidak berpengaruh, ia tetap konsumtif, tetap suka berbelanja alasannya karena pada dasarnya perempuan suka belanja. Selain itu juga untuk mengikuti tren yang berkembang sekarang

biar tidak ketinggalan. Sejalan dengan penelitian (Dias Kanserina, 2015) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Kemudian dalam penelitian Khilid Fitriyah (2016) bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Biasanya sifat-sifat tersebut lebih cenderung ke remaja putri, mereka akan boros dalam membelanjakan sesuatu yang berkaitan dengan penampilan, misalnya mereka akan membeli pakaian, *make up*, aksesoris, tas, sepatu dan sebagainya. Kontrol diri yang kurang dari remaja putri mengakibatkan ambisi mereka meledak dan tetap akan membeli produk-produk yang diinginkan, alasannya adalah mereka hanya tertarik, menyukai suatu barang dari cover tanpa mempedulikan manfaat dan kegunaan nya mendatang, yang terpenting mereka membeli apa yang mereka suka. Kesalahannya adalah mereka membeli tidak sesuai dengan kebutuhan dan *budget* yang dimiliki demi mendapatkan penampilan yang keren di lingkungan sebayannya, alasan lainnya adalah ketika mereka melihat produk baru kemudian mereka tidak membeli, maka mereka akan kehabisan, atau mereka kurang percaya diri jika tidak ikut-ikutan dengan teman lainnya, akhirnya mereka melakukan cara apapun misal meminjam uang teman hanya untuk menuruti keinginan bukan kebutuhan.

Untuk melakukan itu semua mahasiswa akan melakukan apapun seperti membelanjakan uang mereka untuk membeli produk seperti aksesoris, *make up*, tas, sepatu, dan baju. Biasanya mereka membeli

barang yang memiliki citra baik di kalangan teman sebaya nya guna untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan teman sebaya nya. (Myers. 2012) dalam tulisan Made Indah menyatakan bahwa faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu terdapat dalam diri individu seperti motivasi, harga diri, kepribadian, observasi, proses belajar dan konsep diri. Terkadang mahasiswa akan melakukan hal tersebut demi meningkatkan harga diri dan supaya dianggap sebagai orang yang mengikuti tren tidak ketinggalan jaman. Menurut Baron dan Byrne (2004) dalam tulisan Nena Amelia mengemukakan bahwa harga diri adalah bentuk penghargaan terhadap diri sendiri yang dibentuk oleh seseorang dan yang mempengaruhi harga diri adalah ciri khas yang dimiliki oleh seseorang sebagai pertimbangan.

Menurut (Tambunan, 2001) dalam tulisan Masroyani Siregar mengemukakan bahwa harga diri yang tinggi akan membangkitkan rasa percaya diri, penghargaan diri, rasa yakin akan kemampuan diri, rasa berguna serta rasa bahwa kehadirannya diperlukan. Dan sebaliknya jika harga diri seseorang rendah akan cenderung tidak berani menghadapi tantangan baru dalam hidup, takut pada respon orang lain, tidak mampu membina komunikasi dan merasa tidak bahagia.

Peneliti melakukan wawancara pada mahasiswa yang terkait dengan perilaku konsumtif, yakni sebagai berikut:

“sebenarnya hanya mengikuti nafsu dan lapar mata istilahnya, apalagi ketika teman kita punya barang yang lagi hits dan kita itu belum punya, kurang aja gitu. Atau kadang-kadang ikut-ikutan teman lagi pingin beli barang A kita ikut beli barang A, percaya diri atau tidak biasa saja sih, yang penting sudah punya barang yang dimiliki teman itu”.

Artinya seseorang yang melakukan tindakan konsumtif tersebut karena gengsi dan mengikuti teman-temannya, selain itu mereka tidak membutuhkan barang tersebut agar tidak ketinggalan tren tetapi tidak berpengaruh pada rasa percaya diri seseorang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Masroyani Siregar, 2017) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif yang artinya tinggi rendahnya harga diri tidak dapat menjelaskan tinggi rendahnya perilaku konsumtif seseorang.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh kebanyakan orang termasuk dalam kategori boros, Allah SWT telah menegaskan dan memberi larangan kepada manusia untuk tidak boros karena itu adalah perbuatan yang hanya mengikuti hawa nafsu duniawi saja. Dalam Al-Qur`an surah Al-Isro`: 27

Artinya: sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syetan dan syetan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk fokus pada penelitian yang berjudul tentang “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Harga

Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2016”.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Dias Kanserina, 2015	Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi Undiksha 2015	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470, (2) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi Ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.	Penelitian yang dilakukan oleh Dian Kanserina menggunakan variabel $X_1$ literasi ekonomi, variabel $X_2$ gaya hidup dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.
Muafifah Kusniawati & Riza Yonisa, 2016	Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban, (2) Terdapat pengaruh signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku	penelitian ini menggunakan variabel $X_1$ status sosial ekonomi orang tua variabel $X_2$ literasi ekonomi dan variabel Y perilaku konsumsi dengan

		konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban, (3) Secara bersama-sama status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban.	pendekatan kuantitatif analisis regresi linier ganda.
Eva oktafikasari & Amir Mahmud, 2017	Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konformitas hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (2) literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (3) gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (4) konformitas hedonis berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (5) literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (6) gaya hidup konsumtif memediasi konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif; (7) gaya hidup konsumtif tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat peran gaya hidup konsumtif dalam memediasi konformitas hedonis, dan	penelitian ini menggunakan variabel X1 konformitas hedonis, variabel X2 literasi ekonomi, Intervening M gaya hidup konsumtif, dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (path analysis).

		tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.	
Rika Pristian Fitri Astuti, 2016	Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan <i>life style</i> terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. (2) Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. (3) Life style berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. (4) Status sosial ekonomi orang tua, literasi Ekonomi dan life style berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro	penelitian ini menggunakan variabel X1 status sosial, variabel X2 literai ekonomi, variabel X3 life style dan vaiabel Y perilaku konsumsi. Analisis yang digunakan regresi linier berganda.
Ai Nur Solihat & Syamsudin Arnasik, 2018	Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang singnifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Artinya jika terjadi peningkatan literasi ekonomi maka semakin rasional perilaku konsumtif	penelitian ini menggunakan variabel X literasi ekonomi dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

		mahasiswa.	
Made indah & Yohanes, 2015	Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif padaremaja putri di kota Denpasar	Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar ( $R=0,407$ ; $r^2= 0,165$ ), menggunakan analisis regresi ganda. Secara parsial menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar ( $r=0,408$ ); serta terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar ( $r= -0,124$ ).	penelitian ini menggunakan variabel X1 konformitas, variabel X2 harga diri dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis data menggunakan analisis regresi ganda dan korelasi parsial.
Nena Amelia	Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. 2) tingkat harga diri tergolong tinggi. 3) tingkat perilaku konsumtif tergolong rendah. 4) besar sumbangan efektif harga diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi sebesar 6,1%. Hal ini berarti terdapat 93,9% faktor lain yang	penelitian ini menggunakan variabel X harga diri dan variabel Y perilaku konsumtif. Menggunakan teknik pengambilan sampel incidental sampling.



		mempengaruhi perilaku konsumtif seperti motivasi, konsep diri, dan gaya hidup.	
Jasmadi, Aulia Azzahra, 2016	Hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh	Ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, yang mana remaja sebagai subjek penelitian, lebih mengikuti temannya dalam menunjukkan eksistensinya.	penelitian ini menggunakan variabel X harga diri dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis yang digunakan adalah korelasi product moment.
Masroyani Siregar, 2017	Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap smartphone pada mahasiswa	Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap smartphone pada mahasiswa.	penelitian ini menggunakan variabel X harga diri dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis yang digunakan adalah korelasi product moment dari Karl Pearson.
Nisrina Nibras Nofitriani, Bulan Maret 2020	Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas XII 8 Bogor	Bahwa terdapat hubungan yang positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan $r = 0,175 < 0,05$ . Terdapat hubungan yang positif antara harga diri dengan perilaku konsumtif akademik $r = 0,156 < 0,05$ . Berdasarkan regresi korelasi	penelitian ini menggunakan variabel X1 kontrol diri, variabel X2 harga diri dan variabel Y perilaku konsumtif. Analisis yang digunakan adalah bivariate correlation dan

		multivariat menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif dengan $R = 0,176 < 0,05$ dan diketahui koefisien determinasi $R^2$ sebesar 0,031.	multivariate correlation.
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat variabel literasi ekonomi?
2. Bagaimana tingkat variabel harga diri?
3. Bagaimana tingkat variabel perilaku konsumtif?
4. Adakah pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?
5. Adakah pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?
6. Adakah pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?
- 7.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tingkat variabel literasi ekonomi
2. Untuk mengetahui tingkat variabel harga diri
3. Untuk mengetahui tingkat variabel perilaku konsumtif
4. Untuk membuktikan pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?
5. Untuk membuktikan pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?
6. Untuk membuktikan pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi industri dan organisasi terutama dalam bidang perilaku konsumen (consumer behaviour) dengan memberikan bukti yang empiris mengenai pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif.
  - b. Selanjutnya, diharapkan penelitian bisa menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti tentang perilaku konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu produsen untuk membuat strategi pasar yang bagus dan menarik bagi remaja-remaja masa kini, karena telah mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Supranto dan Nandan (2011) mengatakan bahwa ama (*American Marketing Association*) mendefinisikan perilaku adalah sebagai berikut:

“Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara kognisi, afeksi, perilaku lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.”

Sedangkan konsumtif menurut kamus besar bahasa Indonesia bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) dan bergantung pada produk pihak lain.

Menurut Tambunan (2007) menyatakan bahwa, Perilaku konsumtif merupakan tindakan menggunakan produk-produk yang tidak penting dan termasuk kebutuhan sekunder dan produk tersebut tidak mesti diperlukan dalam sehari-hari. Perilaku konsumtif disebabkan oleh keinginan kuat lingkungan untuk memiliki barang dan tidak pernah

menghiraukan manfaatnya, biasanya keinginan itu hanya sebatas lapar mata.

Menurut tulisan Trigita dalam (Tambunan, Arsy, M. 2006) Menjelaskan perilaku konsumtif sebagai berikut:

Perilaku konsumtif adalah keinginan anak mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencaapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.

Artinya, perilaku konsumtif adalah suatu hasrat individu untuk menggunakan produk-produk yang tidak dibutuhkan dan tidak memikirkan manfaatnya, perilaku tersebut bertujuan untuk menuruti dan menciptakan rasa puas yang dahsyat.

## 2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif yaitu:

- a. Membeli produk karena imin-iming hadiah membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik konsumen (kaum muda) sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang

dibungkus dengan baik dan dihias dengan warna warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, kaum muda mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar mereka selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan) cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga *symbol* mata kaum muda mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas social yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan *symbol* status agar kelihatan keren dimata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, kaum muda cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang

dapat dipakai tokoh idolanya. Mereka juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.

- g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri, kaum muda sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk berbeda meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

### 3. Ciri perilaku Konsumen

Menurut Supranto dan Nandan (2011) sebagai berikut:

#### a. Pengaruh Eksternal

Meliputi budaya (*culture*), sub budaya (*sub culture*), status social (*social status*), demografi, *family*. Kelompok rujukan.

#### b. Pengaruh Internal

Meliputi preferensi, pembelajaran (*learning*), memori, motivasi, kepribadian (*personality*), emosi dan sikap.

#### c. Konsep diri dan Gaya hidup

Konsep diri (*self concept*) ialah totalitas dari pemikiran dan perasaan tentang dirinya sendiri. Konsep diri seseorang merupakan citra menyeluruh yang dimilikinya mengenai dirinya sendiri sebagai hasil dari budaya dimana ia tinggal dan situasi serta pengalaman individual yang mencakup keberadaanya sehari-hari.



Konsep ini juga merupakan penjumlahan keputusan yang telah lalu dan rencana masa depan. Gaya hidup diartikan sebagai “bagaimana seseorang hidup” (*how one lives*). Meliputi produk yang dibelinya, bagaimana ia menggunakannya dan bagaimana seseorang tersebut berfikir dan merasakan semua itu.

#### 4. Situasi dan keputusan konsumen

Suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan memicu satu atau lebih tingkatan proses keputusan konsumen. Konsumen untuk memperhatikan proses.

Proses Keputusan Konsumen menurut Supranto dan Nandan (2011):

- a. Pengenalan Masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan membeli
- e. Evaluasi pasca pembelian

#### 5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler (2006) perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak factor yang dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### a. Faktor Ekternal

##### 1) Budaya

Faktor budaya yang merupakan suatu kompleksitas dari makna, nilai, norma, dan tradisi yang dipelajari dan dibagi oleh anggota suatu masyarakat. Norma dan nilai budaya yang memberikan arah dan petunjuk kepada anggota masyarakat dalam seluruh aspek kehidupan termasuk juga perilaku konsumsi mereka. Budaya merupakan penentu keinginan dan penentu perilaku yang paling mendasar.

##### 2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dengan anggota yang menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang sama. Ada empat ciri kelas sosial yaitu:

- a) Orang-orang yang berada pada kelas yang sama cenderung bertingkah laku sama daripada orang-orang dari dua kelas sosial yang berbeda.
- b) Mereka yang menjadi anggota suatu kelas sosial akan memiliki perasaan inferior atau superior di kelas sosial mereka masing-masing.
- c) Kelas sosial seseorang lebih ditandai oleh sekumpulan variabel seperti: pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan, pendidikan, dan pandangan terhadap suatu nilai.

- d) Individu dapat pindah dari satu kelas sosial ke kelas social lain ke atas dan ke bawah sepanjang hidup mereka.

### 3) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku individu. Namun tingkat pengaruh kelompok tersebut terhadap produk dan merk adalah berbeda-beda. Kelompok tersebut mempunyai pengaruh yang kuat atas pilihan produk tertentu, seperti mobil, televisi, *furniture*, pakaian, bir, dan rokok.

### 4) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian paling penting dalam masyarakat yang telah menjadi objek penelitian yang luas.

### 5) Demografi

Meliputi ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi serta penuaan.

#### a) Faktor Internal

##### i) Motivasi

Motivasi adalah dorongan untuk berperilaku dengan maksud tertentu. Motivasi akan menggerakkan individu

untuk berperilaku, apalagi dalam hal menghabiskan pendapatan dan memanfaatkannya.

ii) Harga Diri

Harga diri juga berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang, semakin tinggi harga diri seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

iii) Pengamatan dan Proses Belajar

Sebelum seseorang membeli suatu barang, biasanya ia akan mengamati barang tersebut. Dan seseorang ketika membeli barang akan belajar dari pengalamannya terdahulu.

6) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian yang dimiliki oleh seseorang itu bermacam-macam. Seperti *self confidence*, kemampuan berinteraksi, bersosialisasi dll. Sedangkan konsep diri adalah pemikiran dan perasaan seseorang yang merujuk kepada diri sendiri sebagai suatu obyek.

7) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah kegunaan dari ciri khas seseorang yang sudah ada dan dimulai dari cara ia melakukan interaksi, atau pola hidup seseorang dalam menjalani kehidupannya, baik itu minat, harapan, sikap.

## 6. Hierarki Kebutuhan Maslow

Abraham Maslow berpendapat bahwa secara intuitif manusia harus memuaskan tujuan yang paling dasar sebelum mereka bergerak ke tingkat “yang lebih tinggi”. Dengan demikian individu harus memuaskan kebutuhan dasar (seperti makanan dan minuman) sebelum dia dapat mengeluarkan energi pada tujuan yang kurang fundamental seperti keamanan.

Hirarki kebutuhan Maslow berguna dalam memahami kebutuhan konsumen yang berbeda lintas dunia. Bagaimanapun, harus secara hati-hati diambil terlalu literal, karena orang kadang-kadang “mengayun” diantara kebutuhan. Misalnya orang yang tidak memiliki rumah saat ini tidak memiliki tempat tinggal dapat mencari walaupun dia lapar.

Menurut Maslow dalam tulisan (Trigita, 2013) kebutuhan manusia dapat digambarkan menjadi lima yaitu:

- a. Kebutuhan fisiologis
- b. Kebutuhan rasa aman
- c. Kebutuhan cinta dan keberadaan
- d. Kebutuhan penghargaan diri
- e. Kebutuhan aktualisasi diri

## 7. Aspek-Aspek perilaku Konsumtif

Menurut (Wardhani, 2009) dalam tulisan Indah dan Jhon menyebutkan bahwa ada beberapa aspek dalam perilaku konsumtif yaitu:

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*). Bahwa individu membelanjakan uang karena keinginan yang tidak direncanakan atau tiba-tiba datang, tidak memikirkan terlebih dahulu, tidak ingin memahami manfaat apa untuk ke depannya.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*) adalah kegiatan yang sifatnya menghabiskan uang, taptnya membuang-buang uang dan tidak berfikir bahwa itu sesuatu yang tidak penting.
- c. Mencari kesenangan (*non rational buying*) adalah kegiatan yang yang gunanya untuk memenuhi hasrat saja.

## 8. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

### a. Sampel Teks Psikologi tentang Perilaku Konsumtif

- 1) Wahyudi (2013), menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang yang tidak memiliki pertimbangan yang logis, seseorang cenderung matrealistik, keinginan yang menggebu-gebu untuk mempunyai produk-produk tertentu yang tergolong elit, dan boros serta menggunakan apapun yang dianggap paling tinggi harganya dan didorong oleh keinginan sesaat.
- 2) Ancok (2004), perilaku konsumtif merupakan ketertarikan khalayak ramai untuk mengkonsumsi tanpa mengira-ngira.

- 3) Dwi Astuti (2011), perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku dalam hal pemakaian barang yang tidak selesai, artinya barang yang digunakan sebelumnya belum selesai penggunaannya, seseorang menggunakan barang baru yang sejenis tetapi dari *brand* lain, atau seseorang membelanjakan uangnya karena mendapat iming-iming hadiah dari orang-orang yang telah menggunakan barang tersebut.
- 4) Etta (2013), menjelaskan bahwa suatu tindakan yang terkait dengan memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang atau jasa, termasuk proses yang mengawali perilaku tersebut.
- 5) Griffin, Etta, dan ai syamsudin (2018), perilaku konsumtif adalah segala aktifitas, perilaku dan proses psikologi yang memotivasi individu sebelum membelanjakan uang, memakai, menghabiskan barang setelah melakukan hal-hal diatas atau aktifitas meninjau.
- 6) Haryani (2015), perilaku konsumtif adalah suatu kejadian yang menimpa hidup orang-orang. *Lifestyle* dan *habit* saat ini mengalami perkembangan dalam waktu yang cepat menuju kemewahan dan berlebihan, misal dalam hal penampilan yang dapat mendorong individu pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif harus mengeluarkan uang yang lebih tinggi karena bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga memenuhi keinginan.

7) Marliani (2015) perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang yang boros dalam konsumsi baik produk atau jasa dengan berlebihan, karena mendahulukan hasrat daripada kebutuhan.

8) Anggasari (2010), perilaku konsumtif adalah perilaku satu atau dua orang atau lebih untuk membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. “pola perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

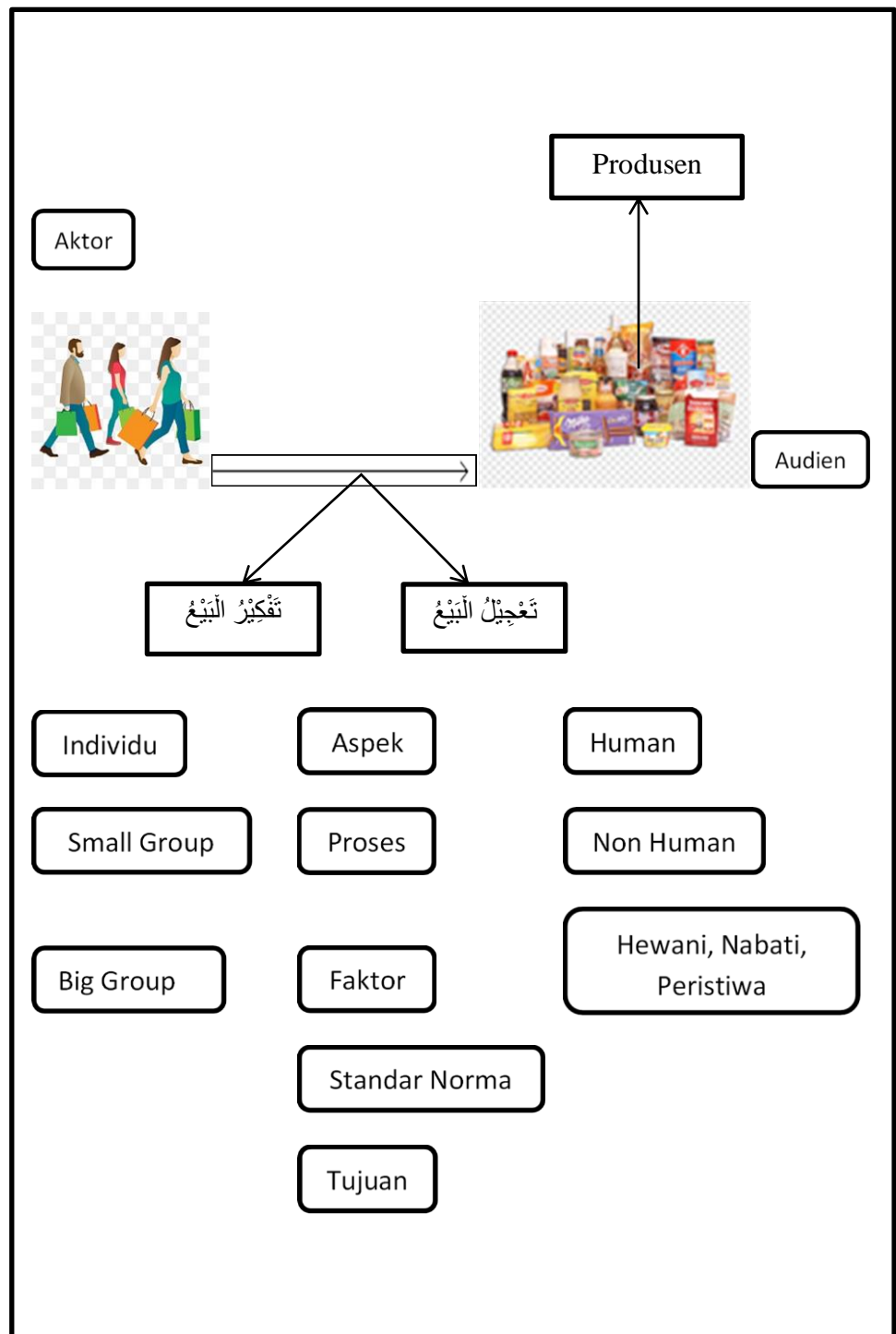
9) Lubis (1997), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional tetapi karena mengikuti hasrat yang berada pada level tidak rasional.

10) James F. Engel (2009), mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dimaksudkan sebagai tindakan-tindakan seseorang yang secara langsung termasuk dalam usaha atau kegiatan memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.



b. Pola Teks Psikologi tentang Perilaku Konsumtif

Gambar 2.1 Bagan Peta Konsep Teks Islam tentang Perilaku



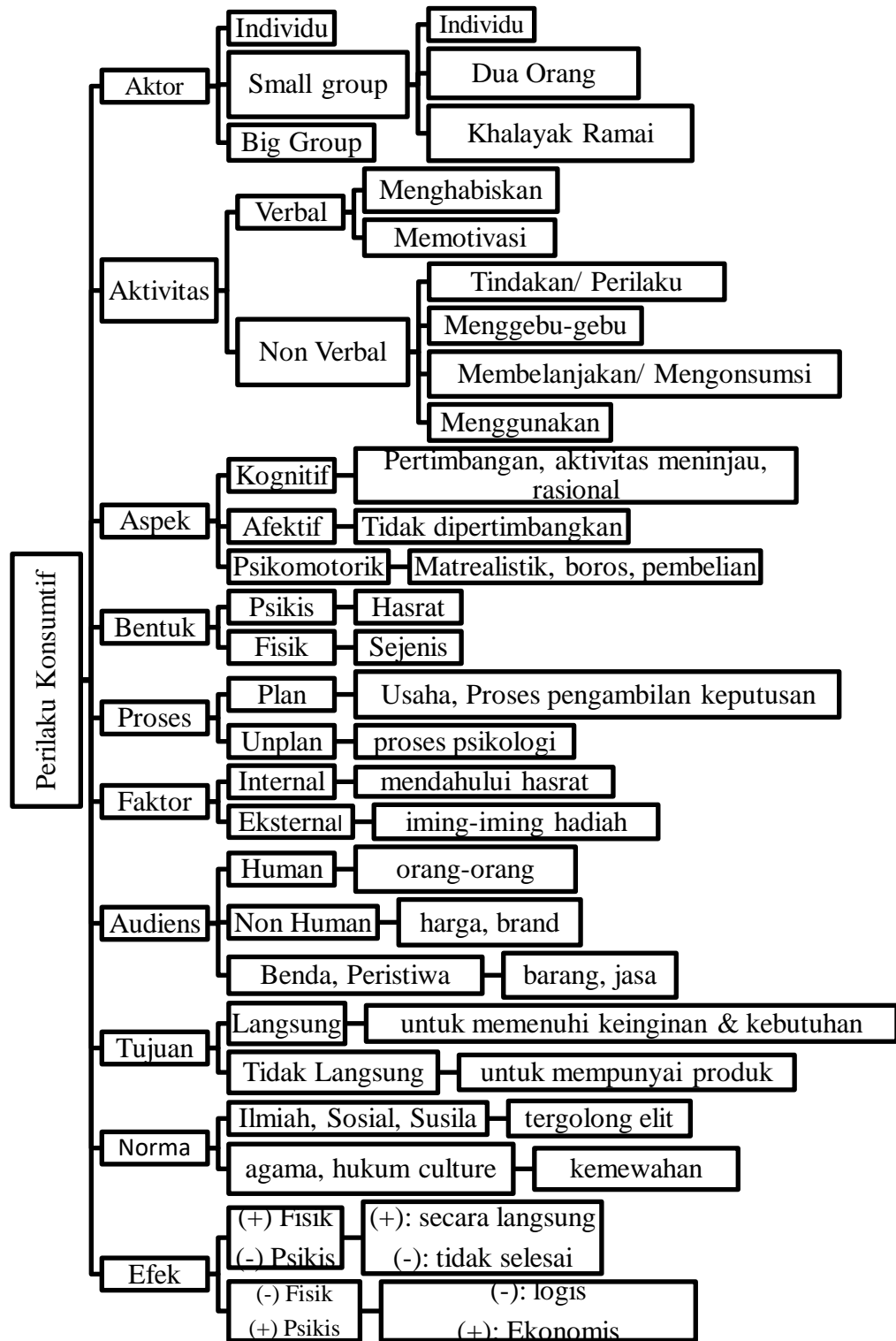
## c. Analisis Komponen Teks Psikologi tentang Perilaku Konsumtif

Tabel 2.1 Analisis Komponen Teks Psikologi tentang  
Perilaku Konsumtif

No.	Komponen	Kategori	Deskripsi
1.	Aktor	Individu	Seseorang, seseorang, individu, seseorang,
		Small Group	dua orang
		Big Group	khalayak ramai,
2.	Aktivitas	Verbal	Menghabiskan, memotivasi
		Non Verbal	Tindakan, menggebu-gebu, menggunakan, ketertarikan, pemakaian, membelanjakan, mengkonsumsi, segala aktifitas, <i>habit</i> ,
3.	Aspek	Kognitif	Pertimbangan, tanpa mengira-ngira, aktifitas meninjau, tidak berdasarkan pertimbangan, rasional,
		Afektif	tidak diperhitungkan,
		Psikomotorik	Matrealistik, keinginan, boros, perkembangan, mengeluarkan, pola perilaku, pembelian,
4.	Bentuk	Fisik	Sejenis
		Psikis	Hasrat
5.	Proses	Terencana	yang terkait dengan memperoleh, proses yang mengawali, usaha, proses pengambilan keputusan,
		Tidak terencana	proses psikologi, mengikuti hasrat
6.	Faktor	Internal	mendahulukan hasrat
		Eksternal	Digunakan, iming-iming hadiah,
7.	Audien	Human	orang-orang, individu
		Non Human	Harga, <i>brand</i> ,
		Benda, Hewani, Nabati	produk-produk, barang, barang atau jasa, uang, barang-barang jasa,
		Peristiwa	Menimpa, menentukan
8.	Tujuan	Langsung (direct)	untuk mempunyai produk-produk, untuk mengkonsumsi,
		Tidak langsung (Indirect)	untuk memenuhi kebutuhan, memenuhi keinginan
9.	Standar Norma	Ilmiah, sosial, susila	tergolong elit, tinggi, <i>Lifestyle</i> ,
		Agama, hukum, culture	Kemewahan
10.	Efek/ Dampak	(+) Fisik	secara langsung
		(-) Psikis	yang tidak selesai,
		(-) Fisik	Logis
		(+) Psikis	Ekonomis

## d. Peta Konsep

Gambar 2.2 Bagan Peta Konsep tentang Perilaku Konsumtif



e. Rumusan Konseptual Teks Psikologi tentang Perilaku Konsumtif sebagai Simpulan

1) General

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau khalayak ramai yang di dalamnya terdapat aspek kognitif, afektif dan psikomotorik, melibatkan aktivitas verbal dan non verbal, dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, sehingga melanggar standar norma dan menghasilkan dampak yang positif maupun negatif.

2) Pertikular

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membelanjakan uang yang dilakukan oleh seseorang atau khalayak ramai dalam prosenya melibatkan pengambilan keputusan dan sebuah usaha untuk memenuhi hasrat sesaat, yang dipengaruhi oleh faktor iming-iming hadiah sehingga melanggar norma agama dan budaya dan menghasilkan efek negatif berupa penggunaan barang yang tidak selesai.

f. Sampel Teks Perilaku Konsumtif dalam Al-Qur'an

Pandangan agama islam tentang perilaku konsumtif tentu saja tidak diperbolehkan karena itu adalah sifat yang tercela. Dalam Al-Qur'an perilaku konsumtif dijelaskan dalam Firman Allah sebagai berikut:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُ، وَالزَّيْتُونَ  
وَالرُّمَانَ مِثْلَهَا وَغَيْرَ مِثْلَهَا، كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ، يَوْمَ حَصَادِهِ، وَلَا تُسْرِفُوا  
إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Dan dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama rasanya, makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin) dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Seseungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (QS. Al-An'am: 141)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menciptakan segalanya makhluk yang ada di bumi, baik tumbuhan, tanaman, yang serupa tetapi tidak sama bentuk dan warna. Allah memerintah Nabi Muhammad untuk menyampaikan kepada umat manusia bahwanya untuk menyedekahkan hasil kebun kepada fakir miskin dan sebagainya. Kemudian makanlah tetapi jangan lupa untuk selalu shodaqoh dengan sesama manusia. Allah juga melarang umat manusia untuk tidak berlebih-lebihan dalam segala hal, karena Allah tidak menyukai umatnya menjadi orang yang mubadzir dan berlebih-lebihan.

Tabel 2.2 Analisis Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	وَهُوَ الَّذِي	Dan dialah	رَبِّ	مُحَمَّدٌ أَمَةٌ	Nabi Muhammad, umat manusia	Aktor
2	جَنَّاتٍ	kebun-kebun	بُسْتَانٍ, حَدِيقَةٍ	عَرَبِيَّةٌ, حَقْلٌ	Sawah, ladang	Audien
3	مَعْرُوسَتٍ	yang tidak berjunjung	لَا تَحْتَرِمُ	اِخْتِرَامٌ	Mulia	Efek
4	النَّخْلِ	pohon kurma	تَارِيخٌ	تَمْرٌ	Asam	Audien
5	الزَّرْعِ	tanam-tanaman	نَبَاتٌ	ثَمَرٌ	Buah	Audien
6	مُخْتَلِفًا	yang bermacam macam	مُتَنَوِّعَةٌ, أَنْوَاعٌ	مُتَشَابِهٌ	Serupa	Bentuk fisik
7	أَكَلُهُ	Buahnya	ثَمَرٌ	نَبَاتٌ	Tumbuhan	Audien
8	مُتَشَابِهًا	yang serupa	مُسَوًى, مُمَالٍ	اِخْتَلَفٌ	Bermacam-macam	Bentuk psikis
9	كُلُوا	Makanlah	تَتَاوَلٌ	شَرِبٌ	Minum	Aktivitas non verbal
10	اتَّوَا	Tunaikanlah	أَدَاءٌ, إِتَاءٌ	خَانَ	Berkhianat	Aktivitas non verbal
11	حَقَّهُ	Haknya	السُّلْطَةُ	خَطَأٌ	Salah	Efek
12	حَصَادِهِ	memetik hasilnya	حَصَلَ	فَشَلَ	Gagal	Proses
13	وَلَا تُسْرِفُوا	janganlah kam berlebih-lebihan	وَلَا تَبْدِرْ	إِحْتَفَظٌ	Menyimpan	Standar norma
14	لَا يُحِبُّ	tidak menyukai	مَحَبَّةٌ, هَوَى	بَغْضٌ	Benci	Aspek
15	الْمُسْرِفِينَ	orang yang berlebih-lebihan	الْمُبْذِرِينَ	الْمُدْخِرَ	Orang yang menabung	Audien

يَبْنِي آدَمُ خُدُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap

(memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-

lebih. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (QS. Al-A'raf:31)

Tabel 2.3 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	يَتَّبِعِي أُمَّ	Hai anak adam	أُمَّة	شَيْطَانٌ	Syaiton	Aktor
2	خُذُوا	Pakailah	إِرْتَدَى, لَبَسَ	خَلَعَ, نَسَلَ	Melepas	Aktivitas non verbal
3	زِينَتَكُمْ	Pakaianmu	ثَوْبٌ, رَدَاءٌ, لَابِسٌ	سِرْوَالٌ	Celana	Audien
4	مَسْجِدٍ	Masjid	مَكَانُ الْعِبَادَةِ	كَنِيسَةً	Gereja	Proses
5	كُلُوا	Makanlah	تَتَأَوَّلُ	شَرَبَ	Minum	Aktivitas non verbal
6	وَأَشْرَبُوا	Dan minumlah	إِخْتَسَى	أَكَلَ, تَتَأَوَّلُ	Makan	Aktivitas non verbal
7	وَلَا تُسْرِفُوا	Dan jangan berlebih-lebihan	لَا تَبْذُرْ	الْمُدْجِرُ	Orang yang menabung	Standar norma
16	لَا يُحِبُّ	tidak menyukai	مَحَبَّةٌ, هَوَى	بَغْضَ	Membenci	Aspek
17	الْمُسْرِفِينَ	orang yang berlebih-lebihan	الْمُبْذِرِينَ	الْمُدْجِرُ	Orang yang menabung	Audien

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ، وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا.

Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros.

Tabel 2.4 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	وَأَنْتِ	Dan berikanlah	أَعْطَى	أَخَذَ، اسْتَقْبَلَ	menerima	Aktivitas non verbal
2	ذَا الْقُرْبَىٰ	keluarga keluarga yang dekat	أَقْرَبَاءَ، آل، أَهْلٌ	قَارِبُ الْجَانِبِ	Kerabat jauh	Audien
3	حَقَّهُ	Haknya	قَوِيمٌ	خَطَاءٌ	Salah	Efek
4	وَالْمَسْكِينِ	kepada orang miskin	عَاوِلٌ، فَاقِرٌ	غَنِيٌّ	Kaya	Standar norma
5	وَابْنِ السَّبِيلِ	orang yang dalam perjalanan	الْجِهَادُ	سَكَنٌ	Diam	Audien
6	وَلَا تُبَذِّرْ	janganlah kamu menghambur-hamburkan	لَا تُسْرِفُونَ، لَا تَغْلُوا	إِقْتَصِدْ، وَفَرٌ	Menyimpan	Aktivitas verbal dan non verbal
7	تَبَذِيرًا	secara boros.	سَرَفٌ	وَفَرٌ	Menabung	Aktivitas non verbal

وَلَا تُبَذِّرْ تَبَذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ.

Artinya: Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan. (QS. Al Isra':26-27)



Tabel 2.5 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	وَلَا تُبْذِرْ	Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan	لَا تُسْرِفُونَ, لَا تَغْلُوا	احتفظ	Menjaga	Aktivitas non verbal
2	تَبْذِيرًا	secara boros	سَرَفٌ	عِزَّةٌ, حَقْلٌ	Hemat	Efek
3	إِنَّ الْمُبْذِرِينَ	Sesungguhnya pemboros-pemboros	المُسْرِفِينَ	مُدْحَرٌ	Orang yang menabung	Audien
4	إِخْوَانٌ	saudara-saudara	أَصْحَابُ, أَصْدِقَاءُ	عَدُوٌّ	Musuh	Audien
5	الشَّيَاطِينِ	Syaitan	إِبْلِيسَ, جِنَّ	مَلَائِكَةٌ	Malaikat	Audien

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan harta, mereka tidak berlebihan dan tidak pula kikir, dan adalah pembelanjaan itu di tengah tengah antara yang demikian. (QS.Al Faruq: 67)

Tabel 2.6 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	وَالَّذِينَ	Dan orang-orang	قَوْمٌ, أُمَّةٌ	شَيْطَانٌ	Syaiton	Aktor
2	أَنْفَقُوا	membelanjakan harta	سَرَفٌ, غُلُوٌّ	إِحْتَقَظَ	Menjaga	Aktivitas non verbal
3	لَمْ يُسْرِفُوا	tidak berlebihan	أَسْرَفُونَ, لَا تَغْلُوا	احتفظ	Menjaga	Aktivitas verbal
4	وَلَمْ يَقْتُرُوا	tidak pula kikir	بَخِيلٌ, خَرِيصٌ	خَيْرٌ, سَمِيحٌ	Dermawan	Aktivitas verbal
5	بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا	di tengah tengah	أَوْسَطُهَا	جَانِبٌ	Disamping	Audien peristiwa

وَأَصْحَابُ الشِّمَالِ مَأْصَحَابُ الشِّمَالِ. فِي سَمُومٍ وَحَمِيمٍ. وَظِلٌّ مِنْ يَحْمُومٍ. لَا بَارِدٌ وَلَا كَرِيمٌ.  
إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ

Artinya: Dan golongan kiri, alangkah sengsaranya golongan kiri itu. Mereka dalam siksaan angin yang sangat panas dan air yang mendidih. Dan naungan asap yang hitam. Tidak sejuk dan tidak menyenangkan. Sesungguhnya mereka sebelum itu dahulu hidup bermewah mewah. (QS. Al-Waqi'ah: 41-45)

Tabel 2.7 Deskripsi Makna Kosakata

No	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	أَصْحَابُ	Golongan	إِخْوَانُ, أَصْدِقَاءُ	عَدُوٌّ	Musuh	Aktor
2	الشِّمَالِ	Kiri	يَسَارَ	الْيَمِينِ	Kanan	Aktor
3	سَمُومٍ	Siksaan angin sangat panas	رِيحٌ, هَوَاءٌ	إِسْتَمَلٌ, إِحْتَوَى	Berisi	Standar norma
4	وَحَمِيمٍ	Air yang mendidih	سَلَقٌ	رَاحَةٌ, بَارِدٌ	Membeku	Standar norma
5	ظِلٌّ	Tersesat	فَاسِدٌ	إِسْقَمَ	Lurus	aktivitas
6	بَارِدٌ	Tidak sejuk	حَارٌّ, حَامٌ	بَارِدٌ	Dingin	Standar norma
7	كَرِيمٍ	tidak menyenangkan	يَبِيسٌ	سَعَادَةٌ	Menyenangkan	Efek
8	مُتْرَفِينَ	hidup bermewah mewah	رَعْدٌ, غَنِيٌّ	مِسْكِينٌ	Hidup miskin	Standar norma

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ  
وَأَضَلُّوا.

Artinya: Katakanlah: Hai ahli kitab, janganlah kamu berlebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang

yang telah sesat dahulu (sebelum kedatangan muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan manusia, dan mereka tersesat dari jalan yang lurus. (QS. Al-Maidah:77)

Tabel 2.8 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	قُلْ	Katakanlah	تَكَلَّمَ	صَمَتَ	Diam	Aktivitas
2	أَهْلَ الْكِتَابِ	ahli kitab	أَهْلُ الْقُرَى	لَيْسَ الْخَيْرُ	Bukan ahli	Aktor
3	لَا تَغْلُوا	janganlah kamu berlebih-lebihan	أَسْرِفُونَ لَا تَغْلُوا	اِحْتِرَامُ	Menjaga	Aktivitas
4	دِينِكُمْ	Agamamu	الْيَقِينُ	شَكٌّ	Keraguan	Aspek
5	الْحَقُّ	Benar	صَحَّ	خَطَاءٌ	Salah	Efek
6	لَا تَتَّبِعُوا	janganlah kamu mengikuti	أَطَاعَ	تَوَفَّقَ	Berhenti	Standar norma
7	أَهْوَاءَ	hawa nafsu	رُوحٌ وَلَوْعٌ	فِطْرَةٌ	Suci	Aspek
8	قَوْمٍ	orang-orang yang telah sesat dahulu	أَمَةٌ	شَيْطَانٌ	Syaiton	Audien
9	صَلُّوا	Menyesatkan	طَانَشَفَ	إِسْتِقَامَةٌ	Meluruskan	Aktivitas

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

Tabel 2.9 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	ءَامِنُواْ	orang-orang yang beriman	إِتَّقُواْ	المُشْرِكِينَ	Orang-orang Musyrik	Aktor
2	لَا تُحَرِّمُواْ	janganlah kamu haramkan	لَا جَائِزُ	طَيِّبَتِ, حَلَالٌ	Baik, halal	Standar norma
3	طَيِّبَتِ	Kebaikan	حَسَنٌ, جَيِّدٌ	طَالِحٌ, رَثٌ	Buruk	Aspek afektif
4	أَحَلَّ	Halalkan	جَائِزٌ, يُمَكِّنُ	حَرَامٌ	Haram	Aktivitas
5	لَا تُعْتَدُواْ	janganlah kamu melampaui batas	لَا تُسْرِفُونَ, لَا تُغْلُواْ	مُدَّخِرٌ	Orang yang menabung	Standar norma
6	الْمُعْتَدِينَ	orang-orang yang melampaui batas	فَاحِشٌ	حَافِظٌ	Orang yang menjaga	Audien

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُواْ فِي دِينِكُمْ وَلَا تَقُولُواْ عَلَى اللَّهِ إِلَّا الْحَقَّ ۚ إِنَّمَا الْمَسِيحُ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ رَسُولُ اللَّهِ وَكَلَّمَتْهُ أَلْقَاهَا إِلَى مَرْيَمَ وَرُوحٌ مِنْهُ فَآمَنُوا بِاللَّهِ وَرُسُلِهِ ۚ وَلَا تَقُولُوا ثَلَاثَةٌ ۚ انْتَهُوا خَيْرًا لَّكُمْ ۚ إِنَّمَا اللَّهُ إِلَهُ وَحْدٌ سُبْحَانَهُ أَنْ يَكُونَ لَهُ وَلَدٌ ۚ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۚ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلٌ

Artinya: Wahai Ahli Kitab, janganlah kamu melampaui batas dalam agamamu, dan janganlah kamu mengatakan terhadap Allah kecuali yang benar. Sesungguhnya Al Masih, Isa putera Maryam itu, adalah utusan Allah dan (yang diciptakan dengan) kalimat-Nya yang disampaikan-Nya kepada Maryam, dan (dengan tiupan) roh dari-Nya. Maka berimanlah kamu kepada Allah dan rasul-rasul-Nya dan janganlah kamu mengatakan: "(Tuhan itu) tiga", berhentilah (dari ucapan itu). (Itu) lebih baik bagimu.

Tabel 2.10 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	أَهْلَ الْكِتَابِ	Kitab	كِرَاسَة	لَعَوَ	Wacana	Audien
2	لَا تَغْلُوا	janganlah kamu melampau i batas	لَا تُسْرِفُوا	قَلِيلٌ	Sedikit	Standar norma
3	دِينَكُمْ	Agamamu	الْيَقِينُ, الْإِغْتِقَادُ	شَكٌّ	Keraguan	Aspek
4	لَا تَقُولُوا	janganlah kamu mengatak an	تَارِيخٌ		Diam	Standar norma
5	الْحَقُّ	Benar	نَبَاتٌ		Salah	Efek
6	كَلِمَتُهُ	Kalimat	مُتَنَوِّعَةٌ, أَنْوَاعٌ	مُتَشَابِهٌ	Sejenis	Bentuk
7	الْقَهْطُ	dengan tiupan	زَمَانٌ	إِحْتِسَى	Menghisap	Proses
8	آمِنُوا	Berimanla h	الْيَقِينُ	مُشْرِكٌ	Musyrik	Aspek
9	وَلَا تَقُولُوا	janganlah kamu mengatak an	لَا تَكَلِّمْ	لَا تُسْكِنُ	Jangan diam	Standar norma
10	انْتَهُوا	Berhentila h	تَوَقَّفَ	جَرَى	Berlari	Aktivitas
11	خَيْرًا	lebih baik	طَيِّبٌ	قَبِيحٌ	Jelek	Efek
12	سُبْحَنَهُ	Maha suci Allah	قُدُّوسٌ	حَدَّثَ	Kotor	Bentuk
13	وَكَفَى	Dan Cukupkan lah	وَأَبَى	نَقَصَ	Kurang	Aktivitas
14	وَكَيْلًا	Perwakila n	مَنْدُوبٌ	مُسْتَقِلٌ	Mandiri	Faktor

يَقُولُ أَهْلَكَ مَالًا لُبَدًا

Artinya: Dan mengatakan: "Aku telah menghabiskan harta yang banyak".

Tabel 2.11 Deskripsi Makna Kosakata

No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	يَقُولُ	Dan mengatakan	سَأَلَ, تَكَلَّمَ, حَدَّثَ	صَمَتَ, سَكَتَ	Diam	Aktivitas
2	أَهْلَكْتُ	Aku telah menghabiskan	أَنْفَقَ, صَرَفَ	إِحْتَفَظَ, إِحْتَفَلَ	Menjaga	Aktivitas
3	مَالًا	Harta	مَتَاعٌ	لَيْسَ لِلْأَمْوَالِ	Tidak memiliki harta	Audien

قَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Artinya: Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa. (QS. Al-Hadid:25)

Tabel 2.12 Deskripsi Makna Kosakata

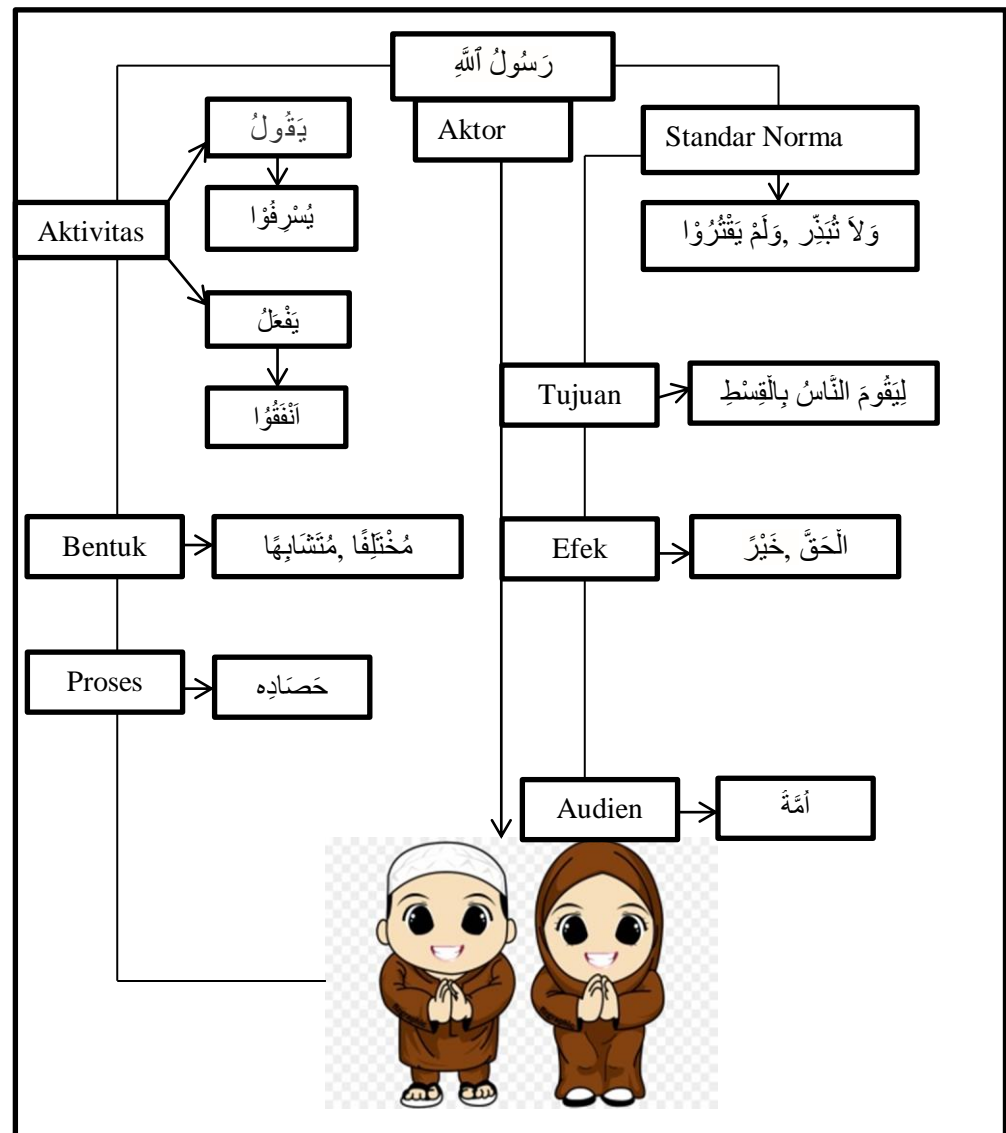
No.	Teks	Terjemah	Sinonim	Antonim	Terjemah	Perspektif Psikologi
1	أَرْسَلْنَا	Kami telah mengutus	بَعَثَ, سَيَّرَ	أَهْلَكَ	Merusak	Aktivitas
2	رُسُلَنَا	rasul-rasul Kami	مَلَائِكَةٌ	شَيْطَانٌ	Syaiton	Audien
3	بِالْبَيِّنَاتِ	dengan membawa bukti-bukti	دَلِيلٌ, حُجَّةٌ	نَظَرِيَّةٌ	Dugaan	Aspek
4	وَأَنْزَلْنَا	dan telah Kami turunkan	إِنْخَضَ	إِرْتَفَعَ	Naik	Aktivitas
5	وَالْمِيزَانَ	neraca (keadilan)	قِيَاسٌ	مُتَحَيِّرٌ	Bias	Bentuk
6	لِيَقُومَ	Supaya melaksanakan	أَتَى, عَمِلَ	حَرَجٌ	Menghambat	Aktivitas
7	النَّاسُ	Manusia	أُمَّةٌ, قَوْمٌ	شَيْطَانٌ	Syaiton	Audien
8	بِالْقِسْطِ	Keadilan	عَدَالَةٌ, إِنْصَافٌ	مُتَحَيِّرٌ	Bias	Efek
9	الْحَدِيدِ	Besi	صَلْبٌ	رَخِيمٌ	Lunak	Audien
10	بِأَسِّ	Kekuatan	عِزَّةٌ, بَطْشَةٌ, شِدَّةٌ	ضَعِيفٌ	Lemah	Efek
11	وَمَنْفَعٍ	Dan berbagai manfaat	فَا نِدَّةٌ, سَمِيلَةٌ	عَقِيمٌ	Tak berguna	Faktor
12	وَلِيَعْلَمَ	Supaya mengetahui	عَرَفَ, أَذْرَكَ	غَمِيَ	Buta	Tujuan
13	اللَّهِ	Allah	رَبٌّ	مُحَمَّدٌ	Nabi Muhammad	Aktor
14	يَنْصُرُهُ	Menolong	سَلَّمَ, سَاعَدَ	أَهْمَلَ	Mengabaikan	Aktivitas
15	بِالْغَيْبِ	Tak dilihatnya	لَا يَرَى	إِتَّضَحَ	Nampak	Bentuk
16	قَوِيٌّ	Kuat	بَطْشَةٌ, شِدَّةٌ	سَخِيفٌ	Lemah	Bentuk
17	عَزِيزٌ	Perkasa	بَطْشَةٌ, شِدَّةٌ	ضَعِيفٌ	Lemah	Bentuk

Beberapa ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menciptakan segala sesuatu untuk semua umatnya, maka Allah memberi perintah untuk makan, minum, dan bersedekah kepada fakir miskin. Allah memberi larangan kepada umat manusia melalui Al-Qur'an untuk

tidak berperilaku boros atau tidak berlebihan, tidak kikir, tidak melampaui batas dan tidak mubadzir dalam segala hal.

g. Pola Teks Islam Perilaku Konsumtif

Gambar 2.3 Bagan Pola Teks Perilaku Konsumtif





## h. Analisis Komponen Teks Islam

Tabel 2.13 Analisis Komponen Teks Islam

No.	Komponen	Kategori	Deskripsi
1.	Aktor	Individu	وَهُوَ الَّذِي يَبْنِي أَدَمَ، أَهْلَ الْكِتَابِ
		Small Group	أَصْحَابُ الشِّمَالِ
		Big Group	وَالَّذِينَ آمَنُوا
2.	Aktivitas	Verbal	لَمْ، وَلَمْ يَقْرَأُوا، أَحَلَّ، وَكَفَى، أَهْلَكَتْ، صَلُّوا، لَا تَعْلُوا، قُلْ، ظِلِّ، يُسْرِفُوا
		Non Verbal	وَلَا، وَأَتِ، خَذُوا، أَنْتَهُوا، يَقُولُ، أَتُوا، كَلُوا، أَنْفَقُوا، يُبْذِرُ
3.	Aspek	Kognitif	يَذِكُّكُمْ، تَأْمِنُوا
		Afektif	لَا يُحِبُّ، أَهْوَاءَ، طَيِّبَتِ
		Psikomotorik	تَأْمِنُوا
4.	Bentuk	Fisik	سُبْحَنَهُ، مُخْتَلَفًا
		Psikis	سُبْحَنَهُ، مُتَشَابِهًا
5.	Proses	Terencana	مَسْجِدٍ، حَصَادِهِ
		Tidak terencana	أَلْقَاهُ
6.	Faktor	Internal	وَكَيْلًا
		Eksternal	وَكَيْلًا
7.	Audien	Human	الْمُبْذَرِينَ، ذَا الْقُرْبَى، وَابْنَ السَّبِيلِ، الْمُسْرِفِينَ، قَوْمٍ، إِخْوَانٍ
		Non Human	الشَّيَاطِينَ، جَنَّتِ
		Benda, Hewani, Nabati	زَيْتَنَكُمْ، أَكَلَهُ، الزَّرْعَ، النَّخْلَ، مَالٍ
		Peristiwa	يَبَيِّنُ ذَلِكَ قَوَامًا، جَنَّتِ
8.	Tujuan	Langsung (direct)	لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ
		Tidak langsung (Indirect)	وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ
9.	Standar Norma	Ilmiah, sosial, susila	وَالْمُسْكِينِ، مُتْرَفِينَ، لَا تَعْتَدُوا، لَا تَعْلُوا
		Agama, hukum, culture	لَا، لَا تَعْتَدُوا، لَا تَعْلُوا، لَا تَقُولُوا، وَلَا تَقُولُوا، بَارِدٍ، وَحَمِيمٍ، سَمُومٍ، لَا تَتَّبِعُوا، تُحَرِّمُوا، وَلَا تُسْرِفُوا، وَالْمُسْكِينِ، مُتْرَفِينَ
10.	Efek/ Dampak	(+) Fisik	حَقَّهُ
		(-) Psikis	مَعْرُوشَتِ
		(-) Fisik	كَرِيمٍ، يُبْذِرًا
		(+) Psikis	خَيْرًا، الْحَقِّ

i. Tabulasi Inventaris Teks Islam Dalam Al-Qur'an Tentang  
Perilaku Konumtif

Tabel 2.14 Tabulasi Inventaris Teks Islam Dalam Al-Qur'an  
Tentang Perilaku Konumtif

No.	Komponen	Kategori	Deskripsi	Surah & ayat	Jumlah
1.	Aktor	Individu Small Group Big Group	يَبَيِّنِي أَهْلَ الْكِتَابِ وَهُوَ الَّذِي أَنْتُمْ أَصْحَابُ الشِّمَالِ وَالَّذِينَ آمَنُوا	7:57, 25:47, 25:54, 26:28, 85:13, 30:7, 86: 8, 67:2, 25:62, 43:84, 2:29, 11:7, 82:9, 6:60, 25:53, 23:80, 95:7, 26:25, 7:57. 36:60, 7:31, 7:26, 100:8. 2:105, 3:64, 98:6, 98:1, 13:43, 2:4, 7:96, 2:5, 3:113, 4:123, 2:109, 3:69, 4:171, 5:65, 85:19, 57:29, 3:75, 5:15, 59:2. 56:41, 56:42. 29:69, 25:67, 39:9, 23:8, 2:4, 25:72, 2:240, 33:58, 58:11, 25:74, 59:10, 52:21, 2:165, 13:21, 16:128, 23:1-11, 25:64, 26:38, 23:3, 70:24, 24:4, 9:79, 25:73, 3:135, 22:46, 9:34, 26: 39, 70: 34, 2:39, 47:17, 6:82, 13:22, 4:38, 3:76, 2:214, 8:170, 9:113, 107:5, 13:28, 2:3, 2:257, 40:58, 47:12, 23:60, 8:73, 98:7, 25:65, 90:19, 15:91, 39:65, 24:6, 2:62, 38:27,	273

				16:41, 29:23, 47:7, 83:34, 59:9, 83:29, 30:42, 26:18, 39:10, 33:12, 11:37, 25:68, 26: 16, 7:206, 13:20, 25:63, 8:2, 22: 54, 16:13, 9:119, 18:104, 98:6, 3:186, 33:70, 3:134, 3:191, 9:107, 2:156, 59:18, 21:101, 107:6, 85:10, 24:19, 23:9, 66:6, 8:74, 39: 18, 62:7, 1:7, 3:196, 21:30, 26:37, 62:9-10, 6:70. 9:119, 98:7, 6:82, 57:16, 4:59, 58:11, 59:10, 33:56, 2:165, 5:8, 66:6, 62:9, 2: 153, 8:72, 13:28, 14:27, 49:6, 47:7, 33:70, 49:12, 7:96, 59:18, 84:25, 2:257, 52:21, 2:137, 83:34, 4:29, 2:103, 83:29, 16:99, 95:6, 2:62, 8:29, 90:17, 22:38, 9:20, 5:35, 5:90-91, 63:9, 2:208, 2:214, 2:104, 2:14, 5:90, 4:43, 45:14, 3:200, 3:102, 2:76, 49:11, 2:82, 2:264, 8:27, 33:41, 24:27, 5:101, 5:82, 18:13, 5:6, 37:14, 8:45, 22:54, 5:9, 62:9-10, 103:3, 3:140, 2:183, 2:25, 4:137, 4:19,	
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--



				4:77, 13:16, 39:38, 39:13, 38:86, 39:39, 7:32, 6:149, 39:11, 29:20, 45:14, 114:1, 46:9, 6:135, 14:50, 34:26, 24:30, 41:11, 40:66, 36:79, 9:65-66, 13:43, 34:46, 25:15, 2:139, 4:78, 112:1, 3:26, 3:29, 23:88, 17:50, 67:23, 24:54, 7:188, 39:44, 17:95, 49:17, 34:47, 10: 31, 39:15, 6:145, 6:11, 43:81, 34:36, 33:63, 62:6, 67:24, 17:81, 2:189, 33:17, 9:81, 9:24. 16:58, 33:72, 25:67, 2:68, 92:18, 24:6, 17:29, 17:53, 25:62, 8:28, 25:47, 25:67, 24:6, 17:29, 17:53, 25:62, 2:68, 8:28, 17:30, 25:67, 2:267, 2:262, 4:34, 9:53, 36:47, 63:10, 4:39, 57:10, 60:11,2:254, 35:29, 60:10, 17:29, 2:68, 25:62, 11:6, 8:28, 17:30, 92:18. 3:188, 27:18, 2:43, 17:88, 2:168, 7:31, 2:60, 2:172, 77:46, 5:88, 34:15, 2:187, 67:15, 77:43.	
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.	Aspek	Kognitif Afektif Psikomotorik	دِينَكُمْ، تَامِنُوا أَهْوَاءَ، طَيِّبَاتٍ لَا يُجِبُّ تَامِنُوا	5:3, 4:171, 5:57, 5:77, 40:26, 3:73, 2:217, 9:12, 92:12, 61:9. 9:119, 98:7, 6:82, 57:16, 4:59, 58:11, 59:10, 33:56, 2:165, 5:8, 66:6, 62:9, 2:153, 8:72, 13:28, 14:27, 49:6, 47:7, 33:70, 49:12, 7:96, 59:18, 84:25, 2:257, 5:35, 52:21, 2:137, 83:34, 4:29, 2:103, 83:29, 16:99, 95:6, 2:62, 8:24, 8:29, 22:38, 90:17, 9:20, 5:90-91, 63:9, 2:208, 2:214, 2:104, 2:14, 5:90, 4:43, 45:14, 3:200, 3:102, 2:76, 49:11, 2:82, 2:264, 8:27, 33:41, 24:27, 5:82, 5:82, 18:13, 5:6, 61:14, 8:45, 22:54, 5:9, 62: 9- 10, 103:3, 3:140, 2:183, 2:25, 4:137, 4:19, 85:11, 2:267, 66:8, 11:23, 2:172, 5:54, 19:96, 2:282, 4:39, 5:1, 2:218, 24:19, 39:10, 58:12, 59:18-24, 40:58, 83:33, 5:2, 96:5, 8:2, 2:9, 4:76, 83:30, 5:105, 46:11, 2:13, 9:122. 2:172, 2:267, 16:97, 45:18, 30: 29, 5:77. 31:18,	157
----	-------	-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

				4:36, 7:31, 4:148, 7:55, 16:23, 28:77, 2:190, 7:55, 28:76, 2:205, 2:276, 3:32, 57:23, 5:64, 49:10-12, 22:38, 4:82, 17:81, 3:128.	
4.	Bentuk	Fisik Psikis	سُبْحَنَهُ مُخْتَلِفًا سُبْحَنَهُ مُتَشَابِهًا	16:13, 6:141, 35:27, 39:23, 2:25, 6:141, 17:1, 41:33, 36:36, 43:13.	10
5.	Proses	Terencana Tidak terencana	مَسْجِدٍ, حَصَادِهِ الْقَنَةِ	7:31, 9:18, 2:149, 72:18, 6:141, 27:28, 63:9.	7
6.	Faktor	Internal Eksternal	وَكَيْلًا وَكَيْلًا	33:3, 33:48, 4:81, 17:65, 25:43, 17:2.	7
7.	Tujuan	Langsung Tidak langsung	لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ	83: 6, 14:41, 78:38, 57:25, 6:135, 39:39, 2:275, 11:50, 94:7, 7:59, 14:40, 11:61, 40:51, 30:55, 16:78, 98:4. 5:8, 6:152, 3:18, 7:29, 10:47, 55:9, 57:25, 11:85, 4:135, 10:54, 21:47, 3:152, 5:42, 3:21, 13:14, 4:127, 7:34, 10:4, 2:286, 59:18, 2:119, 18:19, 39:10, 83:3, 2:255, 21:28, 67:14, 13:8, 16:91, 2:216, 100:9, 49:18, 16:19, 24:31, 74:31, 87:7, 49:16, 20:7, 16:23, 21:4, 33:51, 34:2, 29:45, 40:18, 2:77, 28:69, 24:64, 24:69, 20:110, 4:63,	113

				47:30, 29:52, 6:3, 22:70, 64:1, 13:19, 11:5, 58:7, 2:255, 24:63, 27:65, 47:19, 5:99, 64:4, 24:19, 57:4, 21:39, 5:94, 29:42, 21:110, 9:78, 3:7, 2:232, 2:255-257, 41:22, 47:26, 3:66, 22:76, 25:6, 69:6, 2:235, 73:20, 36:16, 13:42, 10:18, 9:42, 13:33, 16:74, 5:97, 2:220, 3:140, 69:8, 7:23, 43:36.	
8.	Audien	Human Non human Nabati, benda, peristiwa	وَابْنِ الْمُسْرِفِينَ ذَا السَّبِيلِ الْفُرْبَى إِخْوَانَ الْمُؤْمِنِينَ قَوْمِ الشَّيَاطِينِ جَنَّتِ النَّخْلُ مَالٌ أَكْلَهُ الزَّرْعُ زَيْنَتَكُمْ	17:26, 4:36, 2:177, 4:8, 26:151, 7:31, 10:12, 44:31, 51:34, 21:9, 40:43, 6:141, 10:83, 7:85. 17:26. 17:27, 17:26-27, 4:76, 25:29, 17:72, 17:27, 17:26-27, 17:309, 8:8, 4:13, 56:89, 4:80, 49:11, 13:7, 5:8, 51:25, 11:52, 11:51, 44:37, 26:105, 43:58, 11:50, 27:60, 6:135, 40:38, 11:29, 25:4, 10:101, 83:9, 7:81, 8:58, 39:39, 21:77, 9:14. 2:102, 6:71, 2:168. 16:68, 16:127, 16:36, 16:8, 16:30, 16:103, 16:78, 16:43, 16:126, 16:13, 16:98, 16:91, 16:72,	83

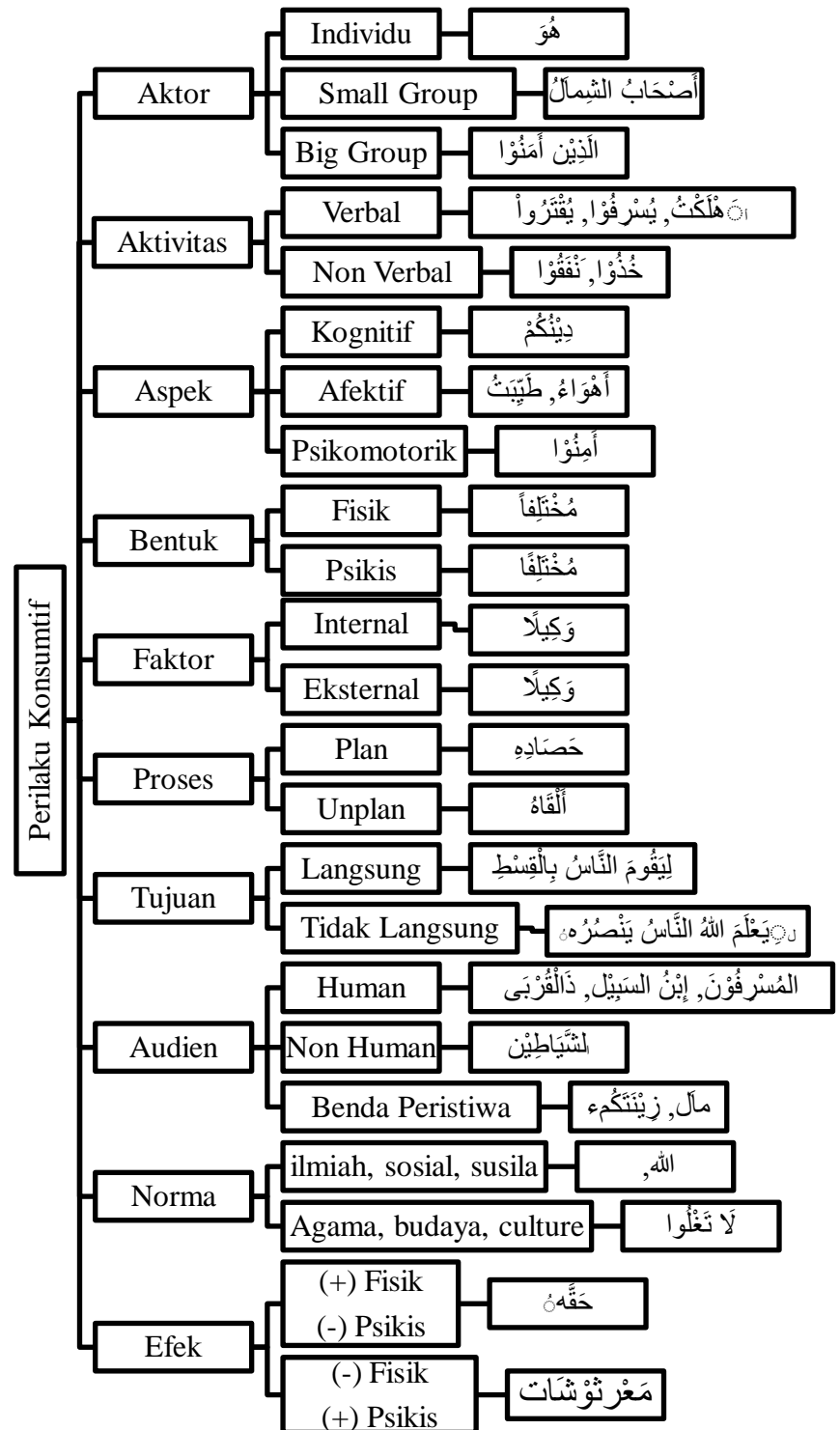




				28:80, 28:56, 17:30, 22:7. 10:32, 17:81, 2:147, 5:48, 2:42, 10:36, 9:33, 18:29, 20:114, 8:6, 19:34, 13:14, 27:79, 10:35, 3:62, 39:67, 10:30, 7:33, 7:118, 11:45, 57:16, 23:116, 14:22, 22:6, 70:24, 30:60, 23:71, 7:146, 51:19, 3:21,3:102, 8:32, 78:39, 24:23, 21:18, 2:146, 40:55, 57:95, 2:91, 80:12, 41:53, 6:57, 35:5, 22:78, 36:7, 31:30, 11:17, 41:13, 17:79-81, 46:18, 12:30, 7:8, 2:109, 3:60, 2:180, 2:121, 28:63, 18:56, 35:31, 3:112, 28:75, 6:73, 6:91, 10:108, 22:62, 10:55, 53: 28, 4:171, 30:47, 93:10, 22:74, 4:1, 102:7, 2:169, 41:30, 103:3, 4:115, 18:28, 2:138, 18:38, 57:27.	
Total					1.022

## j. Peta Konsep Teks Islam Tentang Perilaku Konsumtif

Gambar 2.4 Bagan Peta Konsep Teks Islam Tentang Perilaku Konsumtif



k. Rumusan Konseptual Teks Islam Tentang Perilaku Konsumtif  
Sebagai Simpulan

1) General

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang melibatkan dua aktivitas verbal (تَعْلُّوا), dan non verbal (اَنْفَقُوا), dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal berdasarkan aspek kognitif (فِكْرُ), afektif (حِسِّي), dan psikomotorik (مُتَحَرِّكُ), dan terdapat norma agama (مِقْيَاسُ الدِّينِ), norma budaya (مِقْيَاسُ ثَقَافَتِهِ), dan norma sosial (مِقْيَاسُ الْإِجْتِمَاعِي), dengan tujuan tertentu dan menghasilkan efek/ dampak (تَأْتِيرُ) kepada orang lain .

2) Partikular

Perilaku konsumtif adalah aktivitas membelanjakan harta (اَنْفَقُوا) dan berlebih-lebihan (عُلُوٌّ) yang dilakukan oleh seseorang (شَخْصٌ) dan melanggar norma agama (مِقْيَاسُ الدِّينِ), dengan tujuan untuk mendapat keadilan (لِيَقُومَ الْعَدَالَةُ) dari lingkungannya (بَيْنُهُ) ,akhirnya mendapat efek yang tidak menyenangkan (كَرِهٍ) kepada saudara-saudara (إِخْوَانُ) dan menjadi orang yang pemboros (المُبَذِّرِينَ).

## B. Literasi Ekonomi

### 1. Pengertian

Literasi menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah kemampuan atau keterampilan seseorang dalam berbagai hal seperti

menulis, membaca dan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari. Literasi adalah kesanggupan menulis dan membaca atau memahami abjad. Pada situasi sekarang ini literasi mempunyai makna yang banyak. Literasi dapat dimaknai dengan mengerti politik, teknologi, ekonomi, pikiran yang peka dan responsif terhadap alam sekitar. Ekonomi menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah ilmu yang mempelajari tentang dasar-dasar produksi, distribusi, dan pemakaian barang dan jasa.

Menurut Sina (2013) mengatakan bahwa literasi ekonomi adalah alat untuk mengganti perbuatan dari bodoh menuju *smart*. Misalnya menggunakan gaji untuk disimpan, tanam modal, dan mencukupi kebutuhan hidup.

Menurut Burjhardt (2003) literasi ekonomi merupakan kesanggupan untuk mengenali perkara ekonomi, opsi, *budget*, kegunaan, menelaah dorongan kerja dalam kondisi ekonomi, mencermati akibat dari perubahan keadaan ekonomi dan prosedur *public*, mengumpulkan dan mengatur bukti ekonomi, dan menimbang biaya melawan manfaat.

Jappeli (2010) menyebutkan bahwa “literasi ekonomi itu bermanfaat untuk membuat keputusan tentang cara penanaman modal yang sesuai, kuantitas pinjaman yang cocok di pasar uang, dan bagaimana mengerti dampak dari kestabilan ekonomi.

Berdasarkan pendapat para tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah alat atau media manfaatnya untuk mengubah tindakan yang tidak cerdas menjadi cerdas. Melek pengetahuan tentang ekonomi itu penting dalam kehidupan, cara mengaplikasikannya misal dengan menabung, investasi, proteksi dan hanya belanja untuk memenuhi kebutuhan hidup bukan keinginan atau hasrat.

## 2. Aspek Literasi Ekonomi

Aspek untuk mengukur literasi ekonomi yaitu Menurut Juliana (2013) dalam tulisan Mu'afifah menyebutkan bahwa individu yang mempunyai literasi ekonomi jika mempunyai pemahaman sebagai berikut:

- a. Pemahaman terhadap kebutuhan
- b. Pemahaman terhadap kelangkaan
- c. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi
- d. Pemahaman terhadap motif ekonomi
- e. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi

Menurut Budiwaty, (2014) dalam tulisan Rika menyatakan bahwa rendahnya literasi ekonomi akan berakibat pada sikap konsumtif seorang konsumen. Mahasiswa yang mempunyai pemahaman tentang *management* uang, mutu suatu produk, dan kebutuhan dadakan yang tiba-tiba datang akan lebih pandai memilih dalam menjalankan aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan konsumsi. Literasi yang cukup bagi mahasiswa yaitu butuh untuk mengerti ilmu ekonomi.

Ilmu ekonomi adalah salah satu alat untuk mahasiswa dalam memastikan produk yang akan dibeli.

Krishna (2010) mengatakan “literasi keuangan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap individu agar terhindar dari perkara ekonomi. Kesulitan keuangan akan muncul jika terjadi kekeliruan dalam mengelola keuangan (*miss-management*) seperti kekeliruan peranan kredit, dan tidak ada *plan* keuangan.

Tiga aspek yang mempengaruhi *financial literacy* menurut Lusardi dkk (2013) yaitu: 1) sosiodemographi: ada perbedaan pemahaman antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap memiliki kemampuan *financial literacy* yang tinggi daripada perempuan pun dengan kemampuan kognitifnya. 2) latar belakang keluarga: pendidikan seorang ibu dalam sebuah keluarga berpengaruh kuat pada literasi keuangan, khususnya ibu yang merupakan lulusan dari perguruan tinggi, akan lebih unggul 19% dari lulusan sekolah menengah. 3) kelompok pertemanan (*peer group*) kelompok atau komunitas seseorang akan berpengaruh pada *financial literacy* individu, berpengaruh juga pada cara konsumsi dan pemanfaatan uang.

Menurut NCEE (*The National Center on Education and the Economy*) ada 20 indikator literasi ekonomi yang dikembangkan dalam bentuk tes guna menghitung level literasi ekonomi masyarakat:

a. Mampu menganalisis perubahan permintaan barang

- b. Mampu mengelola peran wirausaha
- c. Mampu menganalisis tingkat harga terhadap kecenderungan menabung
- d. Mampu mengalokasikan pendapatan individu
- e. Mampu mengalokasikan pendapatan nasional
- f. Mampu menganalisis perubahan penawaran dan permintaan
- g. Mampu menganalisis dampak kebijakan perdagangan internasional
- h. Mampu menganalisis dampak kebijakan pemerintah terhadap penetapan harga
- i. Mampu menjelaskan peran pelaku ekonomi, produsen, konsumen dalam pemerintahan dan perekonomian
- j. Mampu menjelaskan manfaat dan perdagangan internasional
- k. Mampu menganalisis dampak perubahan permintaan dan penawaran terhadap harga barang
- l. Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya yang terbatas
- m. Mampu menjelaskan peran pasar modal dalam perekonomian
- n. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari transaksi ekonomi
- o. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari pengambilan keputusan
- p. Mampu menjelaskan peran pemerintah dan perekonomian
- q. Mampu menjelaskan anggaran perencanaan belanja Negara
- r. Mampu menganalisis dampak inflasi
- s. Mampu menganalisis pengembangan industri
- t. Mampu menjelaskan bunga uang.



### 3. Literasi Ekonomi dalam perspektif Psikologi

Menurut NCEE (2005), menyatakan bahwa literasi ekonomi merupakan suatu keadaan yang membuat individu mampu mengerti suatu masalah dasar dalam ekonomi dengan benar, supaya dapat melakukan kegiatan tersebut dengan baik dan benar juga. (Daroin, 2010)

Literasi ekonomi tidak bisa dilepaskan dari pengkajian ekonomi, membentuk sikap dan perilaku ekonomi adalah suatu target yang harus dipenuhi dengan cara pendidikan. Dan dapat ditempuh melalui proses belajar.

Terdapat banyak ahli yang mengemukakan teori belajar, seperti teori belajar behavioristik, teori belajar kognitif, teori belajar humanistik berasal dari berbagai aliran psikologi. Menurut Santrock (2007), Ada beberapa tokoh-tokoh dalam teori belajar behavioristik antara lain:

- a. Thorndike mengemukakan teori koneksionisme atau terjadinya stimuli dan respon. Dalam teori ini dua kejadian saling terkait (*associated*).
- b. B. F Skinner tokoh behaviorisme yang meyakini perilaku dikendalikan *operant conditioning*. *Operant conditioning* adalah bentuk pembelajaran dimana konsekuensi dari perilaku merupakan menghasilkan perubahan dalam probabilitas bahwa perilaku tersebut akan terjadi. *Reward* dan *punishment* yang bergantung pada perilaku organisme.

c. Ivan pavlov mempelopori munculnya peran kondisioning respon atau kondisioning klasik (*classical conditioning*). *Classical conditioning* adalah jenis pembelajaran dimana sebuah organisme belajar untuk menghubungkan, atau asosiasi, rangsangan netral menjadi terkait dengan rangsangan bermakna, kemampuan untuk memperoleh respons yang sama.

Menurut Papalia (2015), behaviorisme merupakan teori mekanistik yang menggambarkan perilaku yang diamati sebagai respons yang bisa diprediksi terhadap pengalaman. Teori ini menekankan pada perilaku atau tingkah laku yang dapat diamati dan diukur. Teori behavioristik melihat belajar adalah suatu perubahan pada tingkah laku seseorang dianggap belajar apabila telah menemukan perubahan pada tingkah lakunya.

Menurut Santrock (2014) Behaviorisme adalah pandangan bahwa perilaku harus dijelaskan oleh pengalaman yang dapat diamati, bukan oleh proses mental. Proses mental adalah pikiran, perasaan, dan motif yang dialami, namun hal tersebut tidak diamati oleh orang lain. Teori belajar behavioristik merupakan sebuah teori yang mempelajari perilaku manusia. Teori behavioristik adalah teori belajar yang memahami perilaku manusia yang menggunakan pendekatan objektif, mekanistik dan materialistik, sehingga perubahan perilaku individu harus dilakukan dengan cara menguji dan mengamati perilaku yang

nampak, bukan pengamatan pada suatu kegiatan. Menurut Slavin, 2000 bahwa belajar adalah interaksi antara stimulus dan respon.

Stimulus adalah sesuatu yang diberikan seseorang kepada individu, sedangkan respons adalah reaksi berupa tanggapan seseorang terhadap stimulus yang diberikan. Pandangan behavioristik memberi pengakuan pentingnya kritikan berupa rangsangan, dan *output* yang berupa respons. Teori behavioristik menekankan pada pembelajarannya ke arah membentuk perilaku yang didasari oleh hubungan antara stimulus dan respon yang bias sewaktu diamati dan tidak mengaitkan dengan sadar ataupun konstruksimental.

Teori behavioristik berkembang menjadi teori aliran psikologi syang berpengaruh pada praktik pendidikan serta pengajaran yang dikenal sebagai aliran behavioristik.

Terkait literasi ekonomi, teori belajar yang berhubungan yaitu toeri belajar yang dikemukakan oleh B.F Skinner. Teori ini mengungkapkan bahwa tingkah laku bukanlah sekedar respon terhadap stiulus, tetapi suatu tindakan yang disengaja atau *operant*. Prosesnya yaitu tingkah laku seseorang berada di tengah-tengah *antecedent* (pengaruh yang mendahuluinya) dan konsekuensi (pengaruh yang mengikutinya. Prosesnya yaitu ketika seseorang belajar dan memenuhi respon yang diharapkan maka ia akan mendapat *reward* (penghargaan), jika seseorang tidak memenuhi respon yang diharapkan maka ia mendapat hukuman (*Punishment*). Proses belajar di lingkungan pendidikan

formal, individu dibentuk dengan sedemikian rupa sehingga seseorang tersebut mampu dan cakap dalam mengatasi masalah-masalah dalam menjalani kehidupannya. Perilaku yang dominan adalah perilaku yang dibentuk, diperoleh serta dipelajari melalui proses pembelajaran yang terjadi suatu lembaga pendidikan dengan bantuan atau bimbingan dari pendidik khususnya untuk ilmu ekonomi.

Jadi literasi ekonomi adalah suatu proses meningkatkan pemahaman konsep dan resiko konsumen atau investir melalui melalui informasi, atau rekomendasi untuk mengembangkan kemampuan dan kepercayaan yang diperlukn untuk menyadari resiko keuangan dan peluang, membuat pilihan sadar dan melakukan tindakan-tindakan lain dengan tujuan memperbaiki kondisi keuangan mmereka. (Mercan, 2014)

### **C. Harga Diri**

#### **1. Pengertian**

Menurut baron dan byrne (2002) dalam tulisan (garnish, 2015) menyatakan bahwa harga diri (*self esteem*) adalah penilaian yang dibuat seseorang untuk dirinya sendiri. Harga diri (*self esteem*) adalah penilaian yang bersifat baik dan buruk ditujukan untuk dirinya sendiri.

Harga diri (*self esteem*) dipandang sebagai salah satu bagian penting dalam terbentuknya *personality* seseorang. Apabila seseorang tidak mampu memberi nilai pada dirinya sendiri, maka akan kesulitan untuk dapat memberi nilai pada orang lain di lingkungannya. Menurut

rosenbarg (1965) dalam tulisan (Wilis, 2015) Harga diri (*self esteem*) merupakan salah satu dimensi yang pokok agar terbentuknya *self-concept* pada seseorang, dan akan berakibat pada pendapat dan tingkah lakunya, bahwa ada dua hal yang memiliki peran pada terbentuknya harga diri (*Self esteem*) yaitu *reflected appraisals* dan komparasi sosial. Individu yang mempunyai harga diri rendah mungkin kecenderungannya menjadi rawan terhadap gangguan-gangguan mental seperti depresi, penggunaan obat-obatan dan melakukan tindakan kriminal, kemudian harga diri yang tinggi akan menambah inisiatif, daya tahan dan memiliki kepuasan pada dirinya. Seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi mampu bangkit dari berbagai masalah, tetapi bias juga seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi juga bisa mengalami rasa kecewa yang membuat harga diri mereka turun.

Sedikdes (1993) menyatakan tiga kemungkinan motif dalam evaluasi diri. Orang dapat mencari *self-assesment* (untuk memperoleh pengetahuan yang akurat tentang dirinya sendiri), *self enhancement* (untuk mendapatkan informasi positif tentang diri mereka sendiri) atau *self verification* (untuk mengkonfirmasi sesuatu yang sudah mereka ketahui tentang diri mereka sendiri).

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan salah satu bagian terpenting dalam diri seseorang karena harga diri adalah sikap positif yang mana dapat menimbulkan sesuatu

yang positif pula seperti rasa percaya tinggi, aktif, dan mencintai diri sendiri.

Memiliki harga diri yang tinggi berarti seseorang individu menyukai dirinya sendiri. Evaluasi positif ini sebagian berdasarkan opini orang lain dan sebagian lagi berdasarkan dari pengalaman spesifik. Perbedaan budaya juga mempengaruhi apa yang penting bagi harga diri seseorang. Sebagai contoh harmoni dalam hubungan interpersonal merupakan elemen yang penting dalam budaya kolektivis, sementara harga diri adalah hal yang penting bagi budaya individualis (Kwan, Bond, & Singelis, 1997).

Tingkah laku individu dengan harga diri rendah lebih mudah di prediksi daripada individu dengan harga diri yang tinggi. Harga diri sebagai sebuah kesatuan, pada umumnya individu mengevaluasi diri mereka sendiri dalam dimensi yang majemuk seperti olahraga, akademis, hubungan interpersonal, dan seterusnya. Harga diri secara keseluruhan mewakili rangkuman dari evaluasi spesifik ini.

Harga diri sering diukur sebagai sebuah peringkat dalam dimensi yang berkisar dari negatif sampai positif atau dari rendah sampai tinggi. Sebuah pendekatan yang berbeda adalah dengan meminta responden untuk mengindikasikan *self* ideal mereka.

## 2. Golongan Harga Diri

Menurut (Coopersmith, 2010) dalam tulisan Ratna, 2014 menyebutkan bahwa ada tiga kategori *self esteem* yaitu tinggi, rendah, dan sedang. Menurut Coopersmith ketiganya dapat dibedakan melalui cara individu memberi tindakan pada lingkungan, cara individu menyesuaikan diri dengan lingkungan dan bagaimana perasaan atau sikap idnividu dalam menggapai harapan dan bagaimana caranya memikirkan dirinya dan sesama.

Coopersmith dalam NN, 2010 membedakan *self esteem* menjadi tiga golongan atau level sebagai berikut:

### a. Golongan tinggi

Golongan tinggi yaitu ketika seseorang telah merasa bahwa dirinya mampu dan bangga dengan apa yang dimilikinya. Biasanya individu akan memiliki *self acceptance* yang baik dan positif, mampu menciptakan rasa yang nyaman dan dia mampu adaptasi dan bertingkah laku dengan baik pada sekeliling nya.

Menurut (Tambunan, 2009) dalam tulisan Nena, 2016 menyatakan bahwa *self esteem* yang tinggi dan positif mampu memunculkan rasa kepercayaan diri, meghargaan diri sendiri, memiliki keyakinan yang kuat pada bakat diri, merasa bermanfaat dan percaya bahwa kehadirannya dibutuhkan.

Seseorang yang bisa menggunakan penilaian dari orang lain sebagai perbaikan diri, melihat orang lain memiliki nilai,

bermanfaat dan memiliki harapan yang baik, mempunyai tujuan untuk diwujudkan, menjadi seseorang yang berani dan mampu mengajukan persepsi serta belum puas ketika ia hanya sebagai orang yang mendengarkan tanpa belajar sedikitpun.

b. Golongan rendah

Golongan yang rendah yaitu ketika seseorang tidak memiliki rasa percaya diri yang baik dan tidak menghargai bakat yang dimilikinya. Ia memberi nilai yang negatif pada dirinya sehingga ia tidak dapat menunjukkan dirinya pada lingkungan. Keadaan yang demikian memberi pengaruh terhadap apa yang sedang individu jalani, ia menjadi orang mudah putus asa dan gampang menyerah, afeksi pada dirinya diberi kendali dan standard dari orang lain, tidak pernah merasa mampu dalam menghadapi *problem* dalam hidup, ia memiliki ruang gerak yang sempit, dan tidak mau menyesuaikan diri dengan lingkungan nya secara normal.

Menurut (Tambunan, 2016) menyebutkan bahwa seseorang yang memiliki harga diri yang rendah akan cenderung merasa bahwa dirinya tidak memiliki harga dan nilai.

c. Golongan sedang

Golongan yang sedang yaitu ketika seseorang hampir memiliki kesamaan dengan seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi. Tingkatan ini orang-orang nya optimis, mampu berekspresi, aktif



bergerak dan memberi respon positif pada suatu krtikan, ia memiliki *personal worth*.

### 3. Efek Harga Diri yang tinggi versus rendah

Dalam kebanyakan kasus, harga diri (*self esteem*) yang tinggi memiliki konsekuensi yang positif, sementara harga diri yang rendah memiliki efek sebaliknya (Leary, Schreindorfer, & Haupt, 1995). Laki-laki dengan harga diri yang rendah mengekspresikan kemarahan mereka secara terbuka setelah diprovokasi oleh asisten eksperimental, dan tampak jelas bahwa tindakan menganiaya dan tingkah laku agresif lainnya disebabkan oleh harga diri yang tinggi. Pria yang sangat jahat.

Penelitian selama puluhan tahun memberikan bukti bahwa kita tidak boleh menyimpulkan bahwa harga diri yang tinggi adalah hal yang baik dan harga diri yang rendah buruk, atau asumsi bahwa harga diri tidak relevan efeknya lebih kompleks daripada hanya sekedar suatu perbedaan atau masih belum sepenuhnya dipahami. Tubuh seseorang dapat menjadi sumber harga diri, dan saat mereka diingatkan pada sifat mereka yang dapat berubah, hal ini akan meningkatkan perjuangan harga diri (Goldenberg dkk, 2000)

### 4. Aspek-aspek harga diri

Harga diri terdiri dari empat aspek yang dikemukakan oleh Coopersmith (dalam Masruroh, 2016) yaitu:

#### a. Kekuatan (*power*)

Kekuatan atau *power* merujuk pada adanya kemampuan seseorang untuk dapat mengatur dan mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku tersebut dari orang lain. Kekuatan yang dinyatakan dengan pengakuan dan penghormatan yang diterima seorang individu dari orang lain dan adanya kualitas atas pendapat yang diutarakan oleh seseorang individu yang nantinya diakui oleh orang lain. *Power* diukur dengan kemampuan individu dalam mempengaruhi arah tindakan dengan mengendalikan perilakunya sendiri dan orang lain. *Power* meliputi penerimaan, perhatian, dan perasaan terhadap orang lain.

b. Keberartian (*significance*)

Keberartian atau *significance* merujuk pada kepedulian, perhatian, afeksi, dan ekspresi cinta yang diterima oleh seseorang dari orang lain yang menunjukkan adanya penerimaan dari popularitas individu dari lingkungan sosial. Penerimaan dari lingkungan dan adanya ketertarikan lingkungan terhadap individu sesuai dengan keadaan diri yang sebenarnya, semakin banyak ekspresi kasih sayang yang diterima individu, maka individu akan semakin merasa berarti dan berharga, tetapi apabila individu jarang atau bahkan tidak memperoleh stimulus positif dari orang lain, maka individu akan merasa ditolak dan mengisolasi diri dari pergaulan.

c. Kebajikan (*virtue*)

Kebajikan atau *virtue* merujuk pada adanya suatu ketataan untuk mengikuti standar moral dan etika serta agama dimana individu akan menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diizinkan oleh moral, etika, dan agama. Seseorang yang taat terhadap nilai moral, etikadan agama dianggap memiliki sikap yang psoitif an akhirnya membuat penilaian penting terhadap diri yang artinya seseorang telah mengembangkan harga diri positif pada diri sendiri.

d. Kemampuan (*competence*)

Kemampuan atau *competence* merujuk pada adanya performansiyang tinggi untuk memnuhi keutuhan mencapai prestasi dimana level dan tugas-tugas tersebut tergantunga cariasi usia seseorang.

Menurut Arnold, 2010 menjelaskan bahwa ada beberapa aspek harga diri (*self esteem*) yaitu:

1) *Self confidence* (rasa percaya diri)

Aspek ini menyangkut tentang *performa*, kecakapan, dan kewenangan yang ia punya. *Performa* berkaitan dengan fisik yang menarik, seseorang merasa indah fisiknya ketika ia menerima sannjungan dari orang lain begitu pula ketika seseorang merasa dirinya kurang indah, fisik yang menarik menjadi *basic* dari harga diri seseorang. Kecakapan seseorang

dapat menjadi akar dari harga diri karena seseorang selalu melihat kecakapan dan capaian-capaian orang lain sebagai patokan untuk dirinya. Kewenangan seseorang juga termasuk akarnya harga diri.

*Self confidence* memiliki beberapa sub aspek sebagai berikut:

- a) Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap penampilan (*appearance*).
  - b) Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan (*ability*).
  - c) Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kekuasaan (*power*).
- 2) *Self love* (rasa cinta pada diri sendiri)

Cinta pada diri sendiri berhubungan dengan pengakuan social, dan integritas. Pengakuan social disini maksudnya adalah cinta dari orang terdekat. *Self love* memiliki sub aspek yaitu:

- a) Pengakuan sosial atau penghargaan (*social rewards*) bentuknya berupa penerimaan, bagaimana lingkungan menerima individu, memberi cinta, sanjungan, dan rasa hormat.
- b) Sumber rasa bangga dari orang lain yang seolah-olah dialami sendiri
- c) Integritas atau moralitas

## 5. Karakteristik Harga Diri

Menurut Frank (2011) dalam tulisan menyebutkan bahwa ada beberapa karakteristik harga diri yang rendah yaitu:

### a. Perasaan tidak bahagia

Individu yang mempunyai harga diri rendah biasanya merasa tidak bahagia. Kepuasan yang dimiliki diri kita dengan lainnya berbeda-beda tergantung bagaimana kita mempersepsikannya. Harga diri yang rendah dapat menyebabkan gangguan mental serta rasa tidak mampu untuk berguna dalam kehidupan, tetapi bagi orang yang memiliki spiritual yang kuat tidak terpengaruh dengan harga diri yang rendah.

### b. Perasaan cemas

Kebanyakan orang merasa cemas karena harga dirinya rendah, khususnya cemas pada sosialnya. Rata-rata orang menilai diri berdasarkan standar dari orang lain, selain itu karena mereka merasa cemas orang lain bias melihat kekurangan pada diri mereka.

### c. Perasaan rendah diri

Banyak orang yang memiliki harga diri rendah merasa rendah diri pada lingkungannya. Mereka yakin tidak melihat orang lain dari standar orang lain juga, dan mereka merasa bahwa kekurangan yang dimilikinya tidak pantas. Kekurangan tersebut bukan sesuatu yang tampak oleh orang lain tetapi sesuatu yang dilebih-lebihkan

orang lain, dengan harga diri yang rendah karena memiliki pengalaman yang buruk di masa lalu.

- d. Tidak sabar dan merasa terganggu dengan diri sendiri atau orang lain

Karakteristik ini sering diarahkan oleh orang atau diri sendiri. Kecenderungan untuk menjadi tidak sabar atau mudah terganggu, kekurangan atau ketidakcakapan.

- e. Tujuan orientasi eksternal

Orang yang memiliki harga diri rendah biasanya menentukan arah dan tujuan hidup berdasarkan standar dari orang lain. Mereka merasa kebutuhan hidup mereka tidak penting. Sikap itu menyebabkan kebencian orang lain sementara kebutuhan mereka tidak ditangani.

- f. Negatifitas

Negatifitas ada dua bentuk yaitu eksternal dan internal. Eksternal memberi kritik pada diri sendiri atau minta maaf yang keterlaluan dan komentar negatif.

Karakteristik harga diri yang tinggi adalah:

- 1) Tanggung jawab

Seseorang yang memiliki harga diri tinggi dapat menerima dirinya dan mampu mengambil tanggung jawab untuk diri sendiri dan konsekuensi dari apa yang dilakukan mereka tanpa kritik.

## 2) *Goal commitment*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung memiliki rasa yang kuat terhadap tujuan komitmen dalam tujuan hidup. Biasanya mereka suka berjuang.

## 3) *Genuineness*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi mampu jujur pada diri sendiri dan orang lain baik emosional dan intelektual. Mereka tulus dalam interaksi dengan orang lain.

## 4) Pengampun

Orang yang memiliki harga diri yang tinggi memiliki toleransi dan mereka mudah memaafkan orang lain.

## 5) Nilai-nilai internal

Seseorang yang memiliki harga diri tinggi cenderung memiliki nilai internal daripada eksternal. Mereka mempunyai identitas yang kuat berdasarkan nilai-nilai yang dipilih dari apa yang mereka yakini karena keinginan dari orang lain.

## 6) *Positivity*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi memiliki sikap yang positif dan mampu menghargai dan berterima kasih pada kehidupan. Mereka bisa bebas memuji diri sendiri dan orang lain dan cenderung untuk mencari aspek-aspek positif dari kehidupan dan tidak memikirkan hal negatif.

#### 7) Memperbaiki diri

Biasanya seseorang cenderung kuat untuk berjuang dalam memperbaiki diri di antara mereka dengan harga diri yang tinggi. Mereka dapat meminta bantuan yang diperlukan karena mereka tidak melihat kebutuhan akan bantuan sebagai hal yang negatif.

#### **D. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif**

Solihat dan Arnasik, (2018) mengemukakan bahwa literasi ekonomi itu penting untuk ditekuni, guna memberi suatu konsep ekonomi untuk masyarakat agar masyarakat dapat mengambil keputusan dalam hal keuangan. Menurut *Organization Economic Literacy* menyatakan bahwa literasi ekonomi bukan hanya paham tentang keuangan melainkan mampu memikirkan dan menjalankan cara mengalokasikan uang dengan baik dan benar.

Solihat dan Anasik, (2018) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa dan sebaliknya. Literasi ekonomi begitu penting dalam berperilaku konsumtif karena dengan melek pengetahuan tentang ekonomi, masyarakat akan menjadi cerdas, kemudian negara akan terdorong perkembangan ekonominya.

Nuraeni, (2015) menyatakan bahwa pendidikan sangat berperan dalam meningkatkan sumber daya dengan kualitas. Pendidikan adalah aktivitas yang



setiap harinya dapat berubah baik perilaku maupun lainnya, seseorang dikatakan belajar apabila memiliki sesuatu yang berubah pada dirinya dan kehidupannya, dengan belajar seseorang mampu bertindak dengan apa yang dipelajarinya selama ini. Literasi ekonomi itu penting dalam hidup berkeluarga, dalam hidup berkeluarga seseorang dipaksa untuk memikirkan semua pengeluaran ekonomi. (Jappeli, 2009)

Budiwaty, (2014) mengatakan bahwa rendahnya literasi ekonomi akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pemahaman ekonomi yang dibutuhkan adalah mengenai uang, usaha, dan permasalahan ekonomi, ketika literasi ekonomi yang dimiliki tinggi, maka seseorang akan dapat membandingkan mana yang penting sehingga dapat berpikir dengan baik untuk membeli suatu barang. Berapapun nominal uang yang ada di kantongnya akan dipakai untuk kebutuhan yang penting dan apabila ia merasa kurang atau butuh untuk suatu urusan, maka ia punya solusi terbaik bagi diri sendiri. Seseorang yang tidak paham mengenai literasi ekonomi dampak literasi ekonominya juga rendah, seharusnya literasi ekonomi berhubungan negatif pada perilaku konsumtif, karena semakin tinggi literasi ekonomi seseorang maka perilaku konsumsinya akan menurun, sedangkan apabila literasi ekonomi seseorang rendah maka perilaku konsumtif nya akan menaik. Mahasiswa setidaknya menekan keinginan nya dan hanya membeli barang yang sangat dibutuhkan, mahasiswa juga harus bisa menyimpan uang mereka jika mereka memiliki kebutuhan yang mendadak ia tidak kebingungan. (Fitri Astuti, 2016)

Ketika seseorang tersebut tidak dapat mengendalikan diri dalam hal konsumsi maka ia akan menjadi boros dan pengeluarannya bengkok. Seseorang yang mempunyai pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan yang salah dalam pengeluaran mereka. Seseorang yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi ekonomi akan membuat keputusan yang salah dalam konsumsi, karena dalam konsumsi biasanya tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Seseorang yang literasi ekonominya bagus akan pandai memilih-memilah dalam konsumsi, mereka akan berpikir membeli barang yang benar-benar diperlukan, dan mengabaikan barang yang hanya menjadi keinginan tanpa ada manfaatnya kemudian hari. (Dikria dan Mintarti, 2016)

Menurut Alhulaniyah, (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kemampuan seseorang mengenai ekonomi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Semakin baik kemampuan pengetahuan ekonomin yang dimiliki, maka akan menjadi lebih paham tentang pentingnya hidup secara efisien, dengan membelanjakan secara ekonomis, maknanya seseorang akan mengeluarkan uangnya untuk membeli apa yang diperlukan dan mengabaikan pembelian yang didasari oleh hasrat atau keinginan, dan mampu meningkatkan kebahagiaannya. Faktanya banyak orang yang memiliki literasi ekonomi yang dapat menuju kesejahteraan, maknanya adalah literasi ekonomi yang baik dapat menunjang atau menjadikan kesempatan yang besar bagi seseorang agar dapat mencapai kesejahteraan hidup.

Literasi ekonomi sangat bermanfaat guna membuka persepsi masyarakat yang dipenjarakan pikirannya karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki tentang *cost* dan *benefit*. Literasi ekonomi dapat dilihat sebagai metode untuk memperoleh dan mencari makna dari bermacam-macam bentuk atau rupa yang ada di lingkungan sekitar. (Rozaini dan Ginting, 2019)

Sina, (2012) menyatakan bahwa literasi ekonomi adalah salah satu penentu tingginya tingkat penguasaan dan pemahaman ekonomi seseorang dalam membuat pilihan ekonomi cerdas, artinya bagaimana akan paham dan mampu analisis ketika harus mengambil keputusan yang benar. Pembelajaran sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam hidup seseorang. Penelitian yang dilakukan di SMA dan MAN kota Batu menunjukkan bahwa literasi ekonomi siswa berada dalam rentang cukup tinggi, sedangkan untuk perilaku konsumtif siswa dalam kategori sedang sebesar 57,69 %, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh langsung antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. (Risnawati, Mintarti dan Wardoyo, 2019)

Penelitian yang sudah dipaparkan di atas didukung oleh penelitian Afif Iqomudin, 2017 dalam skripsinya menyatakan bahwa tingkat literasi mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk kategori tinggi yaitu sebesar 25%. Temuannya dalam penelitian menunjukkan hasil bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berkonsumsi yang sejalan dengan penelitian oleh Sari Mei Nokadianti yang menyatakan literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap rasionalitas perilaku konsumsi (Nokadianti, 2013)

Kanserina, (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti semakin tinggi literasi ekonomi maka semakin menurun perilaku konsumtifnya, dan jika literasi ekonomi menurun, maka akan meningkat perilaku konsumtifnya.

Literasi ekonomi yang dimiliki seseorang harus dapat dijadikan sebagai pedoman dalam setiap tindakan dan keputusan ekonomi salah satunya yaitu dengan menabung. Apabila literasi ekonomi tidak diterapkan maka literasi ekonomi tidak mempunyai dampak pada perilaku konsumtif seseorang. (Oktafiani dan Haryono, 2019). Menurut Rosida Maharani (2018) literasi ekonomi merupakan suatu hal yang mengedepankan pemikiran rasionalitas karena ketika seseorang memiliki literasi ekonomi yang baik maka ia akan mempertimbangkan dan membandingkan bermacam macam hal mengenai produk yang diperlukan atau hanya hasrat dan berdasarkan pengetahuan ekonomi dimiliki sehingga ia dapat berpikir secara rasional.

Perilaku konsumtif seseorang bisa dipelajari dalam teori *consumer behavior*. Teori tersebut memaparkan tentang bagaimana seseorang sebagai konsumen memilih dan menentukan suatu barang atau jasa yang dipercayainya yang akan memberikan rasa senang pada konsumen. Teori tersebut menjelaskan bahwa segalanya tentang tindakan ekonomi atau konsumen, akan selalu memaksimalkan rasa puas meskipun memiliki banyak hambatan. Konsumen yang menghadapi suatu permasalahan dalam

mengeluarkan gajinya untuk membeli produk dengan *limitnya* sumber daya. (Marganingsih dan Pelipa, 2019)

Perilaku konsumsi adalah tingkah laku seseorang dalam mengalokasikan uang untuk membeli suatu produk. Seseorang harus bertindak dengan bijaksana dalam mengeluarkan uang, bagaimana ia mengatur pengeluaran dengan ekonomis, itu sebabnya literasi ekonomi sangat dibutuhkan dalam kegiatan berkonsumsi (Fitri Astuti, 2016)

Juliana, (2013) dalam skripsinya menyatakan bahwa literasi ekonomi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas termasuk dalam kategori tinggi. Artinya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa tentang ekonomi itu sangat, karena itu akan memberi dampak dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selanjutnya perilaku konsumsinya termasuk dalam kategori yang tinggi, artinya dalam pengambilan keputusan berkonsumsi mahasiswa menggunakan banyak pertimbangan yang masuk akal berdasarkan pemahaman dan literasi ekonomi yang dimilikinya, literasi ekonomi yang dihasilkan sebanyak 71, 71% dan perilaku konsumsinya sebanyak 75,43%. Meskipun mereka memiliki berbagai macam latarbelakang keluarga namun konsumsinya dikatakan baik karena mampu menyesuaikan dan mengaplikasikan pengetahuannya dengan baik dan benar.

Cara yang tepat untuk mencegah peningkatan perilaku konsumtif seseorang adalah dengan belajar mengenai ekonomi dan pengetahuan yang dimiliki setidaknya memadai. Seseorang akan mendapat pengetahuan cara

mengatur keuangan dengan baik dalam hal konsumsi dan literasi ekonomi yang dimiliki dapat menaikkan seseorang menjadi konsumen yang baik dan *smart* (Prasetijo dan Ihlaw, 2005). Ada baiknya seorang pendidik tidak hanya memberikan teori tetapi memberikan contoh-contoh yang baik di kehidupan nyata supaya bisa mengendalikan perilaku konsumssi dan mampu berpikir secara rasional dalam kehidupan sehari hari. (Risnawati, Mintarti dan Wardoyo, 2018). Pada literasi ekonomi pasti diajarkan cara konsumsi dengan baik, alangkah lebih baiknya jika diaplikasikan dengan menghindari perilaku konsumtif dan sebaiknya menabung, ketika membutuhkan uang dan uang tersebut sudah habis keran membeli barang sesuai hasrat bisa jadi seseorang tersebut akan meminjam uang temanya, hal ini bisa merugikan dirinya sendiri.

#### **E. Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif**

Harga diri merupakan bagian dari terbentuknya gambaran tentang diri seseorang. Pada usia remaja adalah tahap awal untuk mulai menyadari tentang gambaran dirinya, yang mempengaruhi pengetahuan seseorang terhadap dirinya. Harga diri yang rendah disebutkan menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang untuk lebih melakukan hal yang menurutnya dianggap ideal meskipun dianggap tidak ideal bagi lingkungan masyarakat untuk menutupi rasa tidak berharga dirinya. seseorang yang memiliki harga diri rendah cenderung mencari tempat untuk meningkatkan harga dirinya seperti mencari teman dan ikut dalam suatu kelompok. Akibatnya ia kurang memiliki nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang kurang realistis

sehingga mudah dibujuk dan dipengaruhi oleh teman-temannya (Coopersmith dalam tulisan made, 2015).

Menurut Zain, 2001 dalam skripsi (Yudha Satria, 2008) menjelaskan bahwa hal yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif adalah terait dengan harga diri, harga diri yang tinggi akan mendorong seseorang untuk mengembangkan *self confidence* dan *self acceptance*, selanjutnya dalam menyesuaikan diri serta lingkungannya akan merasa lebih baik, sehingga seseorang mampu mengendalikan tingkah lakunya dalam lingkungan sekitar. Seseorang akan bersikap optimis dan aktif, apabila harga diri pada seseorang rendah maka akan mengembangkan sifat rendah diri dan kurang percaya diri. Individu akan merasa terisolir dalam berperilaku, karena orang lain tidak memperhatikan dirinya dan merasa tidak dicintai oleh lingkungannya, itu yang mengakibatkan seseorang mencoba untuk berkonsumsi dengan membeli barang, karena dengan tindakannya tersebut ia merasa bahwa itu baik dan akan membuatnya menjadi *confident* dan lingkungan bisa menerimanya. Seseorang yang membeli produk-produk memiliki alasan agar dianggap sebagai bagian dari lingkungan, butuh pengakuan bahwa dia ada di lingkungan sosialnya.

Santrock, (2011) mengemukakan bahwa salah satu perkembangan psikologis yang dialami oleh remaja adalah perkembangan sosio emosi yang salah satunya adalah harga diri, yang merupakan keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri kita, dimana harga diri merupakan perbandingan antara *ideal-self* dengan *real-self*. Maslow, 2010 menjelaskan

bahwa harga diri adalah suatu keperluan manusia yang dibutuhkan untuk memnuhi rasa puas kemudian berlanjut pada level yang tinggi. Hal ini adalah bentuk dari *self acceptance* dan penilaian diri yang bentuknya positif yang meyakini bahwa ia bisa, mempunyai arti dalam hidup, berharga dengan standar yang dimiliki oleh dirinya.

Seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi berarti memiliki perasaan dan kepercayaan, kelayakan dan positif untuk diri sendiri. Ia akan merasa baik tentang dirinya sendiri, menghargai diri sendiri dan orang lain dan perilaku konsumtif nya rendah (Ratna, 2014). Harga diri terbentuk sejak masa anak-anak pada keyakinan anak dan sikap dari orang-orang yang penting dalam kehidupan diri mereka. Orang-orang yang penting dalam kehidupan antara lain, orang tua guru dan teman sebaya. Orang tua sangat berperan dalam membentuk harga diri seseorang dengan cara memberi perhatian lebih, menyukai dan mencintai (memberi kasih sayang) agar dapat memandang dirinya berharga dan positif. (Yudha Satria, 2008)

Akibat dari harga diri yang rendah pada seseorang mudah untuk dibujuk dan dipropaganda oleh sesuatu yang meningkatkan harga dirinya. Salah satunya adalah dengan membeli barang-barang yang menurutnya dapat meningkatkan harga dirinya. Harga diri pada kategori sedang akan mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. (Yuliantari dan Herdiyanto, 2015). Pada penelitian *pleasure seeking* dari hasil penelitian Khalid Fitryah, (2016) menjelaskan bahwa subjeknya tidak menginginkan adanya persaingan di dalam kelompok atau teman sebayanya. Karena



meningkatkan harga diri tidak hanya berpenampilan menarik atau memakai pernak pernik yang mahal, tetapi dengan meningkatkan prestasi diri atau sesuatu yang dibanggakan. Gaffny, 2009 menyebutkan bahwa perasaan diterima, apabila seseorang dihargai oleh lingkungannya, maka seseorang tersebut memiliki nilai positif pada dirinya sendiri, sedangkan seseorang yang memiliki nilai negatif pada dirinya sendiri akan mengalami perasaan tidak diterima, rasa itu muncul karena mendapat nilai dari orang lain sehingga seseorang dapat mengendalikan tingkah lakunya, mampu berekspresi, dan perasaan bisa mencapai suatu hasil yang baik kedepannya.

Jasmadi dan Azzama, (2016) menyatakan bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan hasil korelasi harga diri sebesar -0.324 dengan  $p = 0.003$  dinyatakan sangat signifikan karena  $p < 0.01$ . Apabila harga diri rendah dengan perilaku konsumtif rendah begitu juga sebaliknya jika harga diri individu rendah maka perilaku konsumtif tinggi.

Gunawan, (2003) menyebutkan harga diri adalah satu dari beberapa komponen yang paling penting dalam menentukan sikap dan kepribadian manusia. Coopersmith, 1967 mengemukakan bahwa harga diri merupakan alat untuk menilai diri sendiri. Nilai tersebut yang mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil dan berharga. Harga diri yang tinggi akan memunculkan adanya *self acceptance* bagi seseorang yang dapat meningkatkan rasa percaya diri dengan lingkungan sekitar. Kurangnya harga

diri yang dimiliki seseorang akan membuatnya kehilangan kepercayaan diri sehingga dalam *self acceptance* terhadap lingkungan sosialnya yang kurang baik yang berakibat pada perilakunya.

Alamanda, (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga diri dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi dan bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, nilainya adalah  $F=2.110$   $R^2=0,255$  dan  $p=0.000$  ( $p<0.005$ ).

Penelitian Nena Amalia, (2016) menyatakan bahwa ada hubungan negative yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif artinya semakin tinggi harga diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif dan semakin rendah harga diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif dengan perhitungan nilai koefisien korelasi sebesar  $r_{xy} = 0,247$  dengan  $p = 0,007$  ( $p<0,01$ ). Nugroho dan Fauziah, 2018 berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk fashion bermerk pada siswa SMAN 3 Semarang ( $p= -0.58$  dan  $p=0.430$ )

Penelitian di atas didukung oleh penelitian Yudha Satria, 2008 dalam skripsinya menyatakan bahwa harga diri yang rendah pada seseorang akan menimbulkan banyak masalah dalam dirinya. Seseorang yang memberi nilai rendah pada dirinya sendiri, akan memunculkan tindakan untuk bertahan pada keadaan tersebut. Nilai pada diri sendiri dan rasa percaya diri yang rendah,

akibatnya adalah seseorang tersebut tidak memiliki minat dan aktivitas nya sendiri, sehingga akan terjadi berat sebelah antara hasrat atau rasa ingin dengan keperluan yang dapat memunculkan perilaku konsumtif yang besar dan kuat karena adanya arah kebutuhan seseorang yang hanya fokus pada satu arah tertentu, yaitu meningkatnya harga diri.

Siregar, (2017) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa harga diri berpengaruh sangat kecil dalam menentukan tinggi rendahnya tingkat perilaku konsumtif seseorang, karena ada banyak faktor lain yang mempengaruhinya. Tidak ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap *smartphone* pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah atau tinggi juga. Hasil penelitian siregar ini menunjukkan harga diri tidak berhubungan dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang paling besar kemungkinan terjadi karena kepribadian yang relatif stabil namun belum ada kematangan maknanya seseorang yang masih muda mudah untuk dipropaganda orang lain, pandangan yang lebih realistis tentang diri dan lingkungannya, kemampuan nya untuk menghadapi banyak masalah akan berkurang gejolak dalam hatinya.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu harapan dan terbentuk dari pernyataan penelitian tentang hubungan antar variable dalam penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Tidak Terdapat pengaruh antara literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh antara literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2016.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

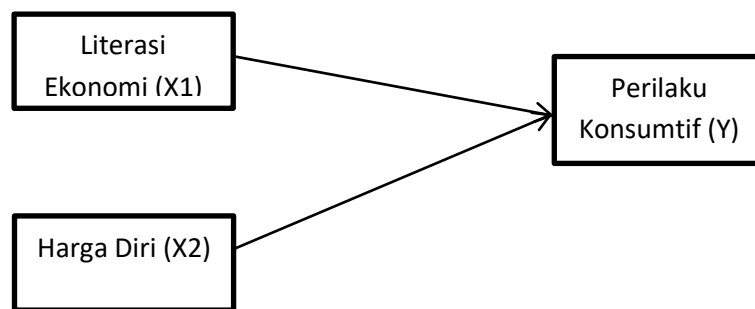
##### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan kelompok analisis, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2011) adalah metode berbasis pada filsafat positivisme, digunakan untuk penelitian populasi atau sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Azwar (2014) menyatakan bahwa pengukuran kuantitatif berwujud angka, pengukuran kuantitatif dinyatakan tuntas apabila telah diwujudkan dalam bentuk angka yang dan disertai satuan ukur.

##### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

1. Variabel Bebas : Literasi Ekonomi
2. Variabel Bebas : Harga Diri
3. Variabel Terikat : Perilaku Konsumtif

Penelitian ini mengambil judul pengaruh literasi ekonomi (X1) dan harga diri (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016. Berdasarkan landasan teori dan rumusan hipotesis pada penelitian ini, rancangan variable nya digambarkan sebagai berikut:



### C. Definisi Operasional

#### 1. Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi adalah alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Literasi ekonomi adalah pengetahuan atau pemahaman individu untuk membuka wawasan dalam berpikir sehingga mampu bertindak dan bersikap dengan baik. Intinya bagaimana seseorang akan mengambil keputusan tentang alokasi sumber daya yang cerdas atau tidak. Ada lima indikator literasi ekonomi yaitu pemahaman tentang kelangkaan, pemahaman tentang kebutuhan, prinsip ekonomi, pemahaman tentang prinsip motif ekonomi, pemahaman tentang kegiatan konsumsi.

## 2. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian kelayakan pada diri sendiri yang diungkapkan dalam sikap individu terhadap dirinya sendiri. Harga diri adalah sikap positif seseorang terhadap dirinya sendiri. Orang yang memiliki harga diri rendah akan merasa dirinya tidak dapat menyelesaikan tugas dengan baik, dan yang memiliki harga diri yang tinggi akan percaya dapat menyelesaikan tugas dengan baik, dapat disimpulkan bahwa *self esteem* adalah sesuatu yang mendasar yang menjadi bahan evaluasi untuk menghargai dirinya sendiri. Menilai diri sendiri akan berpengaruh besar pada citra diri seseorang, menjadi penting dan berharga sangat dibutuhkan oleh seseorang. Adapun aspek yang harga diri ada dua yaitu *self confidence* dan *self love*. *Self confidence* memiliki tiga sub aspek penampilan atau *performa (appearance)*, kecakapan atau kemampuan (*ability*), dan kekuasaan atau kewenangan (*power*) sedangkan *self love* juga memiliki tiga sub aspek yaitu pengakuan atau penghargaan social, sumber pengganti dan integritas atau moralitas.

## 3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah apabila konsumen tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, di dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum tercapai. Kebutuhan yang dimaksud bukan kebutuhan khusus yang sebenarnya dibutuhkan tetapi hanya untuk mengikuti tren dan perkembangan zaman dan tidak memikirkan manfaatnya. Perilaku konsumtif adalah tindakan

membelanjakan uang untuk membeli barang atau produk yang hanya mengikuti hasrat dan tidak memikirkan kegunaan barang tersebut. Adapun perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator yaitu membeli produk karena iming-iming, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, mencoba lebih dari dua produk sejenis.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2010) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah keseluruhan atau umum yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan di atas populasi adalah keseluruhan penelitian untuk dijadikan bahan penelitian dan sumber data. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 sebanyak 2981 mahasiswa. Jumlah populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:



Tabel 3.1 Data Mahasiswa Aktif Angkatan 2016

No	Fakultas	Program Studi	Laki-Laki	Perempuan
1.	Fakultas Ilmu dan Tarbiyah dan Keguruan	Pendidikan agama islam	69	129
		Pendidikan ilmu pengetahuan social	47	99
		Pendidikan guru madrasah ibtidaiyah	37	112
		Pendidikan bahasa arab	44	77
		Pendidikan anak usia dini	1	36
		Manajemen pendidikan islam	31	43
		Tadris bahasa inggris		
		Tadris matematika		
2.	Fakultas Syariah	Al-Akhwat wa asy-syakhsyah	92	91
		Hukum bisnis syariah	59	124
		Hukum tata Negara	42	56
		Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir		
3.	Fakultas Humaniora	Bahasa dan sastra arab	76	100
		Sastra inggris	71	149
4.	Fakultas Psikologi	Psikologi	70	154
5.	Fakultas Ekonomi	Manajemen	99	122
		Akuntansi	42	80
		Perbankan Syariah	28	57
6.	Fakultas Saintek	Matematika	28	76
		Biologi	26	91
		Kimia	30	77
		Fisika	19	47
		Teknik informatika	62	58
		Teknik arsitektur	51	59
		Perpustakaan dan ilmu informasi		
7.	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	Pendidikan dokter	20	28
		Farmasi	19	53

Sumber: Bagian Akademik Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun Akademik 2019

## 2. Sampel

Arikunto, 2010 menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Pengambilan jumlah sampel menggunakan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan *Cluster Sampling*. Alasannya adalah populasi dalam penelitian ini adalah angkatan 2016 yaitu sekelompok anggota yang terhimpun pada gugusan (*cluster*), bukan anggota populasi yang diambil secara satu persatu (secara individual), dan dibagi menjadi kategori laki-laki dan perempuan dari tujuh fakultas, kemudian peneliti menetapkan 10% dari seluruh mahasiswa angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim yang menjadi anggota populasi, dalam mengambil 10% dari populasi, peneliti tidak mendaftar seluruh mahasiswa angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kemudian mengambil 10% dari jumlah mahasiswa untuk sampel. (Moh. Ali, 1987)

Hasilnya menunjukkan bahwa diperoleh sebanyak 300 mahasiswa angkatan 2016 yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan kemungkinan kesalahan sebesar 10%.

Tabel 3.2 Data Sampel

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>	<b>Sampel</b>
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	725 x 10%	73
Syari'ah	464 x 10%	47
Humaniora	396 x 10%	40
Psikologi	224 x 10%	23
Ekonomi	428 x 10%	43
Sain dan Teknologi	624 x 10%	63
Ilmu Kesehatan dan Kedokteran	120 x 10%	12
Total	2.981	301

## E. Metode Pengumpulan Data

Arikunto, 2010 mengemukakan bahwa metode pengumpulan data sebagai cara-cara dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, sedangkan data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta maupun angka. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Teknik wawancara dapat digunakan sebagai data pendukung dan penguat dalam penelitian. Sugiyono, (2016) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

## 2. Instrument penelitian

Sugiyono, (2016) menyebutkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner responden hanya perlu untuk memberi tanda centang atau *check list* pada kolom yang sesuai dengan diri responden.

Data dikumpulkan dengan menggunakan skala likert dua bentuk yaitu skala literasi ekonomi menggunakan bentuk pilihan ganda dan skala harga diri dan perilaku konsumtif menggunakan bentuk *check list*. Pilihan jawaban pada skala likert yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Isi dari aitem-aitem nya berdasarkan *favourable* dan *unfavourable*. Skor untuk analisis kuantitatif menggunakan 1-4.

Tabel 3.3 Nilai Skala Likert

Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi sebagai metode pengumpulan data.

### a. Skala Literasi Ekonomi

Skala literasi ekonomi bertujuan untuk mengukur tingkat literasi ekonomi mahasiswa. Skala ini disesuaikan dengan aspek-aspek penelitian,

pada skala ini yaitu terdapat 12 soal pilihan ganda dan beberapa indikator, Skala ini setara rujukan skala likert dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

Bentuk pertanyaan pada skala ini ada dua yaitu *favourable* atau disebut dengan pertanyaan positif dengan keterangan yaitu SS= 4, S=3, TS=2, STS=1 dan pertanyaan *unfavourable* atau negatif dengan keterangan yaitu SS=1, S=2, TS=3, STS=4.

Tabel 3.4 Skala Literasi Ekonomi

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Sumber Data	Nomor Soal
Literasi Ekonomi	Pemahaman terhadap kebutuhan	Tes	Mahasiswa	1,2
	Pemahaman terhadap kelangkaan			3,4
	Pemahaman terhadap prinsip ekonomi			5,6,9
	Pemahaman terhadap motif ekonomi			7,8
	Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi			10,11,12

b. Skala Harga Diri

Skala harga diri ini bertujuan untuk mengukur harga diri mahasiswa. Skala ini diadopsi dan dimodifikasi dari skripsi Ratna Yunita, (2014) yang berjudul “Hubungan antara *Self Esteem* dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta, dan menggunakan rujukan skala likert dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

Bentuk pertanyaan pada skala ini ada dua yaitu *favourable* atau disebut dengan pertanyaan positif dengan keterangan yaitu SS= 4, S=3, TS=2,

STS=1 dan pertanyaan *unfavourable* atau negatif dengan keterangan yaitu

SS=1, S=2, TS=3, STS=4.

Tabel 3.5 Skala Harga Diri

Sub Variabel	Aspek	Indikator	Nomor Butir		Jumlah
			F	UF	
Percaya diri	Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap penampilan (appearance)	Memiliki cara pandang yang positif terhadap diri sendiri.	1,2	3,4	4
		Mensyukuri fisik ysgn diberksn Allah serta menjaganya dengan baik.	5,6	7,8	4
		Yakin dalam bertingkah laku.	9,10	11,12	4
	Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan (ability)	Mempertimbangkan dampak dari keputusan yang diambil.	14,16	13,15	4
		Merasa dapat diandalkan	17,18	19,20	4
		Yakin bahwa sukses berasal dari kerja keras, bukan keberuntungan.	21,22	23,24	4
Mencintai Diri	Penghargaan Sosial (Social rewards)	Merasa disayangi dan selalu mendapat pujian.	25,28	26,27	4
		Merasa dihormati	29,31	30,32	4
	Sumber rasa bangga dari orang lain yang seolah-olah dialami sendiri	Merasa cukuo pintar dan giat belajar.	33,34	35,36	4
		Merasa sebagai orang yang bersemangat.	37,38	39,40	4
	Moralitas (Morality)	Kepatuhan dan kepantasan dalam bersosialisasi.	42,43	41,44	4
		Baik/ buruk menurut pandangan diri dan lingkungan.	47,48	45,46	4
JUMLAH			24	24	48

c. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa, dan disusun berdasarkan indicator-indikator yang disebutkan di atas. Skala ini diadopsi dan modifikasi dari skripsi Ratna Yunita, (2014) yang berjudul “Hubungan antara *Self Esteem* dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta, dan menggunakan rujukan skala likert dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

Bentuk pertanyaan pada skala ini ada dua yaitu *favourable* atau disebut dengan pertanyaan positif dengan

Keterangan yaitu:

SS = 4

S = 3

TS = 2

STS = 1

Pertanyaan *unfavourable* atau negative. Keterangan yaitu:

SS = 1      S = 2      TS = 3      STS = 4



Tabel 3.6 Skala Perilaku Konsumtif

Variable	Indikator	Nomor Butir		Jumlah
		F	UF	
Perilaku Konsumtif	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,2	3,4	4
	Membeli produk karena kemasannya menarik	5,6	7,8	4
	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	9,10	11,12	4
	Membeli produk atas pertimbangan harga	14,15	13,16	4
	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	17,18	19,20	4
	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya	21,23	22,24	4
	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	25,27	26,28	4
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	30,31	29,32	4
<b>JUMLAH</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

### 3. Google Form

*Google form* adalah aplikasi yang dibawa langsung dari *google drive* yang berguna untuk membantu untuk menyebarkan survei, acara, penelitian, siswa untuk ujian, atau mendapatkan informasi-informasi dengan sangat mudah. Pada penelitian ini *google form* adalah *form* atau pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada mahasiswa-mahasiswa dalam bentuk visual dengan memanfaatkan jaringan internet, smartphone dan komputer. Penelitian ini menggunakan *Multiple Choice* (pilihan ganda), kemudian hasilnya dapat langsung dilihat dengan *Miscrosoft Excel*.

## F. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Arikunto, 2010 mengemukakan bahwa validitas merupakan suatu tolok ukur yang dapat membuktikan tingkat validitas dan kebenaran suatu instrumen. Instrumen yang valid, tingkat kevalidan nya tinggi dan sebaliknya. Menurut (Sugiyono, 2017) menyebutkan bahwa instrumen yang valid adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya harus diukur. Uji validitas ini merupakan penguian suatu alat ukur yang menentukan tepatnya alat ukur tersebut menjalankan tujuannya.

Uji validitas digunakan untuk mencari tahu suatau alat ukur yang telah dibentuk dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang diukur dengan tepat (Sudarmanto, 2005). Menurut (Hughes, 2000 daam Azwar, 2015) mengemukakan bahwa suatu tes dikatakan valid bila tes tersebut mampu mengukur secara akurat apa dimaksudkan hendak diukurnya. Tujuan dan pedndekatan validasi dalam pengukuran psikologi digolongkan menjadi tiga yakni pendekatan validasi isi (*content*), pendekatan validasi konstrak (*construct*) dan pendekatan validasi yang mengacu pada kriteria (*criterion-related*).

Teknik uji validitas menggunakan korelasi *product moment* dari Pearson. Menghitung data nya menggunakan bantuan *SPSS for windows 25 Version* dengan cara memasukkan data lalu memilih *analyze, scale, reliability analysis* kemudian klik oke, dan akan muncul *output* nya.

Azwar, 2015 menjelaskan pendekatan di dalam validitas isi dapat diperoleh melalui prosedur validasi terhadap aitem-aitem dalam tes, yang bertujuan untuk mengestimasi kebanyakan kebanyakan aitem-aitem dalam tes guna mewakili komponen-komponen dari kawasan isi materi yang diukur (aspek representasi) atau sejauh mana kesesuaian aitemm-aitem dalam indikator berperilaku dari atribut yang diukur (aspek relevansi). Validitas isi bisa menggunakan *CVR (Content Validity Ratio)* atau Aiken's V. Hal ini dilakukan karena peneliti membuat aitem sendiri berdasarkan teori-teori sebelumnya, CVR melibatkan dosen yang sesuai di bidang psikologi guna untuk memeriksa komponen-komponen pada instrumen, setelah di periksa kemudian dapat dihitungsetiap komponennya.

Validitas isi mengacu pada penilaian ahli sebanyak 5 orang, adapun para panelis yang menilai aitem pada skala literasi ekonomi, harga diri dan perilaku konsumtif ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.7 Jadwal Pelaksanaan CVR (*Content Validity Ratio*)

No.	Pelaksanaan	Panelis	Pengembalian
1.	2 Maret 2020	Dr. Retno Mangestuti, M.Si	6 Maret 2020
2.	2 Maret 2020	Muh. Anwar Fuady, S.Psi, MA	6 Maret 2020
3.	2 Maret 2020	Elok Faiz fatma El Fahmi, M.Si	10 Maret 2020
4.	3 Maret 2020	Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si	9 Maret 2020
5.	5 Maret 2020	Agus Iqbal Hawabi, M.Psi, Psikolog	9 Maret 2020
6.	2 Maret 2020	Rahmantika S. Amalia M.Psi	6 Maret 2020

$$CVR = \frac{2ne}{n} - 1$$

Keterangan:

$ne$  : Banyaknya *SME (Subject Matter Expert)* yang menilai suatu butir esensial

$n$  : Banyaknya *SME* yang melakukan penilaian

Tabel 3.8 Hasil CVR skala Literasi Ekonomi

Aitem	Ne	N	CVR	Keterangan
1	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
2	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
3	1	6	-0,6	Tidak relevan
4	2	6	-0,3	Tidak relevan
5	5	6	0,6	Relevan
6	3	6	0	Tidak relevan
7	5	6	0,6	Relevan
8	2	6	-0,3	Tidak relevan
9	6	6	1	Relevan
10	1	6	-0,6	Tidak relevan
11	2	6	-0,3	Tidak relevan
12	2	6	-0,3	Tidak relevan
13	5	6	0,6	Relevan
14	2	6	-0,3	Tidak relevan
15	2	6	-0,3	Tidak relevan

Tabel 3.8 menunjukkan hasil CVR dari skala literasi ekonomi. Diketahui terdapat 15 aitem yang relevan, 3 aitem yang berguna tapi tidak relevan.

Tabel 3.9 Hasil CVR skala Harga Diri

Aitem	Ne	N	CVR	Keterangan	Aitem	Ne	N	CVR	Keterangan
1	6	6	1	Relevan	23	6	6	1	Relevan
2	6	6	1	Relevan	24	6	6	1	Relevan
3	6	6	1	Relevan	25	5	6	0,6	Relevan
4	6	6	1	Relevan	28	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
5	5	6	0,6	Relevan	26	6	6	1	Relevan
6	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	27	3	6	0	Tidak relevan
7	3	6	0	Tidak relevan	29	3	6	0	Tidak relevan
8	6	6	1	Relevan	31	1	6	-0,6	Tidak relevan
9	6	6	1	Relevan	30	0	6	0	Tidak relevan
10	5	6	0,6	Relevan	32	6	6	1	Relevan
11	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	33	6	6	1	Relevan
12	6	6	1	Relevan	34	5	6	0,6	Tidak relevan
14	5	6	0,6	Relevan	39	5	6	0,6	Relevan
16	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	40	6	6	0,6	Relevan
13	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	42	6	6	1	Relevan
15	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	43	5	6	1	Relevan
17	5	6	0,6	Relevan	41	5	6	0,6	Relevan
18	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	44	5	6	0,6	Relevan
19	6	6	1	Relevan	47	6	6	0,6	Relevan
20	6	6	1	Relevan	48	3	6	0	Tidak relevan
21	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan	45	5	6	0,6	Relevan
22	6	6	1	Relevan	46	6	6	1	Relevan

Tabel 3.9 menunjukkan hasil CVR skala harga diri. Terdapat 33 aitem yang relevan, 8 aitem yang berguna tapi tidak relevan, dan 7 aitem yang tidak relevan. Tujuh aitem di atas digugurkan karena memiliki nilai

mendekati 0,00 sedangkan yang dapat digunakan adalah aitem yang memiliki nilai mendekati 1,00. Maka dalam penelitian ini hanya menggunakan 41 aitem yang dinilai relevan berarti memiliki validitas isi yang tinggi.

Tabel 3.10 Hasil CVR skala Perilaku Konsumtif

Aitem	Ne	N	CVR	Keterangan	Aitem	Ne	N	CVR	Keterangan
1	6	6	1	Relevan	17	6	6	1	Relevan
2	5	6	0,6	Relevan	18	5	6	0,6	Relevan
3	5	6	0,6	Relevan	19	6	6	1	Relevan
4	2	6	-0,3	Tidak relevan	20	6	6	1	Relevan
5	6	6	1	Relevan	21	2	6	-0,3	Tidak relevan
6	5	6	0,6	Relevan	23	3	6	0	Tidak relevan
7	6	6	1	Relevan	22	6	6	1	Relevan
8	6	6	1	Relevan	24	6	6	1	Relevan
9	6	6	1	Relevan	25	6	6	1	Relevan
10	6	6	1	Relevan	27	1	6	-0,6	Tidak relevan
11	6	6	1	Relevan	26	2	6	-0,3	Tidak relevan
12	6	6	1	Relevan	28	3	6	0	Tidak relevan
14	6	6	1	Relevan	30	5	6	0,6	Relevan
15	5	6	0,6	Relevan	31	6	6	1	Relevan
13	5	6	0,6	Relevan	29	6	6	1	Relevan
16	5	6	0,6	Relevan	32	6	6	1	Relevan

Tabel 3.10 menunjukkan hasil CVR skala perilaku konsumtif. Terdapat 26 aitem yang relevan dan 6 aitem yang tidak relevan. Enam aitem diatas digugurkan karena memiliki nilai mendekati 0,00 sedangkan yang dapat dijadikan adalah aitem yang memiliki nilai mendekati 1,00. Maka dalam penelitian ini menggunakan 26 aitem yang berarti memiliki validitas isi yang tinggi.

Berdasarkan hasil CVR yang saran yang diberikan oleh *Expert* kemudian aitem diukur validitasnya kembali menggunakan bantuan program *SPSS For Windows 25.0*

## 2. Uji Reliabilitas

Sugiyono, (2017) menyebutkan instrument reliabel adalah instrument yang ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, menghasilkan data yang sama. Azwar, 2007 menyatakan bahwa reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berkisar antara 0-1.00. Semakin tinggi angka koefisien reliabilitas mendekati 1.00, maka semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya semakin rendah mendekati 0, maka semakin rendah reliabilitasnya.

Teknik ini menggunakan teknik *alpha cronbach* dan dihitung dengan bantuan *SPSS for windows 25 version* caranya memilih *analyse*, *scale*, pilih *reliability analysis*. Kemudian pilih statistik dan beri tanda centang pada *descriptive for item*, *scale*, dan *scale item deleting*.

Interpretasi koefisien reliabilitas maka digunakan pedoman yang mengadaptasi dari kriteria interpretasi koefisien (Sugiyono, 2010) sebagai berikut

:

Tabel 3.11 Koefisien Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
0,800-1,000	Sangat Kuat
0,600-0,800	Kuat
0,400-0,600	Sedang
0,20-0,400	Rendah
0,00-0,20	Sangat Rendah

## G. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dimulai dari proses tabulasi data, menggunakan bantuan *Miscrosoft excel 2010*. Dengan cara menginput data sesuai dengan kelompok dan sesuai dengan variabel. Kemudian data yang telah di *input* diolah lebih lanjut guna memperoleh data yang maskimal dan akurat.

### 1. Data Frekuensi Subjek

Data frekuensi menjelaskan tentang ciri khas yang berhubungan dengan identitas dan data dari subjek penelitian. Data frekuensi subjek antara lain yaitu; usia dan jenis kelamin. Data yang diperoleh diolah dengan bantuan *microsoft excel 2013*. Deskripsi data frekuensi subjek diharapkan dapat membantu dan menghasilkan data tambahan sehingga dapat meyakinkan bahwa subjek sesuai dengan penelitian.

### 2. Uji Deskriptif Data

Analisis data merupakan sesuatu yang bersifat penting dalam penelitian. Perlu adanya analisis data karena data yang telah diteliti



tidak dapat bergerak sendiri mengatakan hasil. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis data yang didasarkan pada kategori. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan membutuhkan data nominal guna deskripsi data kemudian dapat diketahui kategori tinggi, sedang, dan rendah nya.

### 3. Kategorisasi Data

#### Standar pembagian kategorisasi

Tinggi	$X > (M+1 \text{ SD})$
Rendah	$(M-1\text{SD}) \geq X \leq (M+1\text{SD})$
Sedang	$X < (M-1\text{SD})$

## H. Metode Analisis data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mencari tahu apakah data hasil pengukuran dalam penelitian berkontribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2002). Menurut Winarsunu, 2015 menyatakan bahwa normalitas terjadi apabila skor pada setiap variabel dalam model mengikuti kurva yang digambarkan dalam histogram, distribusi normal digambarkan seperti bentuk bel. Apabila distribusi benar normal maka akan didapatkan indeks kemiringan sama dengan 0, akan tetapi hampir tidak mungkin mendapatkan data yang benar-benar terdistribusikan secara normal dengan indeks kemiringan sama dengan

0. Teknik penghitungannya menggunakan *SPSS for windows 25 version* dengan cara memilih *analyse, regression, linear*, masukan variabel X1,X2,Y, *save*, klik residual, kemudian klik *unstandardized, continue* dan pilih oke.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk menjadi syarat setelah menentukan uji normalitas, uji linearitas mengetahui linear atau tidaknya distribusi data penelitian. Hasil dari uji linearitas akan digunakan untuk menentukan teknik analisis regresi berganda, apabila data dalam penelitian bersifat linear maka data penelitian dianalisa menggunakan analisis regresi yang linear. Pengujian data tersebut menggunakan bantuan IBM SPSS 25 for windows dengan syarat jika nilai nya lebih besar dari 0,050 maka terdapat hubungan yang linear.

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan sebagai lanjutan dari syarat untuk menggunakan teknik analisis regresi berganda. Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance*, *variance inflation factor* (VIF). Uji multikolinearitas jika terjadi nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ .

#### 4. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji normalitas, selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

##### a. Uji F (Pengujian signifikan secara simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variable bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variable terikat dengan cara membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ .

Penghitungan selanjutnya yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi dan dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis ditolak atau diterima.

**b.** Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara bersamaan variable bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat.

**c.** Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya secara bersamaan variable bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat.

Kemudian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variable dapat melihat nilai probabilitas sebagai berikut:

1) Apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  maka variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

- 2) Apabila nilai probabilitas  $> 0,05$  maka variable bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat.

Nilai yang menentukan *level of signifikan*  $\alpha = 5\%$  nilai F diperoleh dari table distribusi F yang menggunakan taraf signifikansi 5%.

**b. Uji T (Pengujian Signifikan Secara Parsial)**

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variable X dan Y, X1 dan X2 apakah berpengaruh terhadap Y. Cara yang digunakan untuk uji t (parsial) adalah apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada pengaruh antara masing-masing variable X dengan variable Y. apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya ada pengaruh secara parsial antara masing-masing variable.

Nilai yang menentukan *level of signifikan*  $\alpha = 5\%$  nilai t diperoleh dari table distribusi t dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

**c. Analisis Regresi Berganda**

Analisis ini digunakan untuk menentukan dasar ramalan dari suatu distribusi data yang terdiri dari variable Y dan dua variable X. Pada penghitungan penelitian ini menggunakan *SPSS for windows 25 version* untuk memudahkan peneliti dalam mengolah

data, dari olah data tersebut akan diperoleh hasil atau *output* dan selanjutnya dilakukan analisis. (Winarsunu, 2015)

Persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + cX_2$$

Keterangan:

Y : Kriteria

X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> : Prediktor 1 dan 2

a : intersep

b dan c : koefisien regresi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Profil Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

Sejarah singkatnya Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri berdasarkan SK presiden pada tanggal 21 juni 2004. Berawal dari ide tokoh-tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah naungan Departemen Agama, kemudian dibentuk panitia pendirian IAIN Surabaya yang memiliki tugas untuk mendirikan dua fakultas yaitu; fakultas syari'ah berada di Surabaya dan fakultas Tarbiyah di Malang. Keduanya adalah cabang dari fakultas IAIN SuKa Yogyakarta dan diresmikan oleh Menteri Agama. Fakultas Tarbiyah Malang adalah fakultas cabang dari IAIN Surabaya, pada pertengahan tahun 1997 statusnya berganti menjadi STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri) Malang, dan terlepas dari IAIN Sunan Ampel.

Waktu pengembangan STAIN Malang merencanakan untuk mengubah status STAIN menjadi Universitas dengan berbagai upaya yang sungguh-sungguh pada tahun 2004 diresmikan atas nama presiden dengan nama Universitas Islam Negeri Malang dengan tugas

menyelenggarakan ilmu bidang agama islam dan umum. Secara kelembagaan sampai saat ini, Universitas ini memiliki 7 (tujuh) fakultas dan 1 program pascasarjana, yaitu:

- a. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan memiliki jurusan (PAI) Pendidikan Agama Islam, Jurusan (PIPS) Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Jurusan (PGMI) Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah, Jurusan (PIAUD) Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Jurusan (MPI) Manajemen Pendidikan Islam, Jurusan (PBA) Pendidikan Bahasa Arab, Jurusan Tadris Bahasa Inggris, Jurusan Tadris Matematika.
- b. Fakultas Syari'ah memiliki jurusan (HKI) Hukum Keluarga Islam atau Al-Ahwal Al-Syakhsiyyah, jurusan (HBS) Hukum bisnis syari'ah, Jurusan (HTN) Hukum Tata Negara, jurusan (IAT) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.
- c. Fakultas Humaniora memiliki Jurusan (BSA) Bahasa dan Sastra arab, Jurusan Sastra Inggris
- d. Fakultas Psikologi memiliki Jurusan Psikologi
- e. Fakultas Ekonomi memiliki Jurusan Manajemen, Akuntansi, Perbankan Syari'ah
- f. Fakultas Sains dan Teknologi memiliki Jurusan Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Teknik Informatika, Teknik Arsitektur, Perpustakaan Dan Ilmu Informasi

- g. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Memiliki Jurusan Farmasi, Pendidikan Dokter, Profesi Dokter.
- h. Pascasarjana terdiri dari Magister Manajemen Pendidikan Islam, Magister Pendidikan Bahasa Arab, Magister Studi Ilmu Agama Islam, Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Magister Pendidikan Agama Islam, Magister Al Ahwal- Al Syakhsiyah,
- i. Magister Ekonomi Syari'ah, Magister Pendidikan Matematika,
- j. Magister Biologi, Magister Psikologi, Doktor Manajemen Pendidikan Islam, Doktor Pendidikan Bahasa Arab, Doktor Pendidikan Agama Islam Berbasis Studi Interdisipliner.

Kampus ini terletak di Jl. Gajayana no.50, Dinoyo Kota Malang, model pengembangan keilmuannya adalah seluruh sivitas akademika diharapkan menguasai bahasa arab dan bahasa inggris, karena itu Universitas ini mengembangkan Ma'had atau pesantren kampus yang mana pada tahun pertama kuliah seluruh mahasiswa baru wajib untuk tinggal di ma'had. Melalui model pendidikan tersebut diharapkan lulusan nya memiliki predikat ulama ang intelek profesional dan profesional yang ulama.

Visi dan Misi Universitas islam negeri maulana malik ibrahim malang:

- a. Visi: menjadi universitas islam unggul, terpercaya, berdaya saing, dan bereputasi internasional.



- b. Misi : 1) menyelenggarakan tridarma perguruan tinggi yang unggul meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. 2) menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam kerangka pengembangan keilmuan, transformasi sosial, dan peningkatan martabat bangsa yang terpercaya. 3) mengembangkan penelitian dan pengabdian masyarakat yang inovatif untuk menghasilkan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang relevan dan berdaya saing. 4) mentransformasi sistem manajemen mutu di bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat yang memenuhi standar dan reputasi.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tanggal 31 Maret- 25 April 2020. Kampus ini terletak di Jl. Gajayana No. 50 Kota Malang.

## 3. Jumlah Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan *cluster random sampling* dalam pengambilan data. Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terdapat tujuh fakultas dan masing-masing fakultas di ambil 10% mahasiswa. Jumlah mahasiswa yang dianalisis sebanyak 300 mahasiswa dari tujuh fakultas.

## 4. Hambatan

Skala disebar selama tiga minggu dan terkendala kampus yang dliburkan karena terdampak *covid-19*, peneliti melaksanakan penelitian

dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*, sehingga peneliti harus menunggu waktu luang seluruh subjek penelitian.

## B. Pemaparan Hasil Penelitian

### 1. Deskriptif Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dari tujuh fakultas dan diambil 10% dari masing-masing fakultas, totalnya sebanyak 300 mahasiswa dari keseluruhan angkatan 2016 yaitu 2981. Penyebaran subjek dikategorisasikan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Rinciannya sebagai berikut:

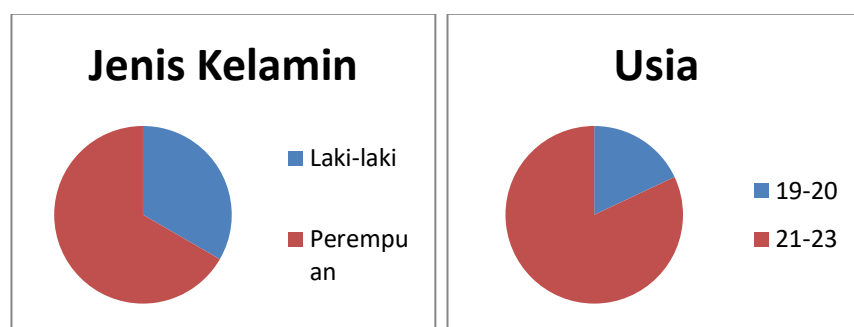
Tabel 4.1 Hasil Deskriptif Frekuensi Subjek Penelitian

Jenis Kelamin			Usia		
Kategori	F	%	Kategori	F	%
Laki-Laki	100	33%	19-20 th	54	18%
Perempuan	200	67%	21-23th	246	82%
Total	300	100%	Total		

Tabel 4.1 menunjukkan hasil deskriptif frekuensi atau persebaran subjek penelitian pada angkatan 2016 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Mahasiswa berjenis kelamin perempuan mendominasi dibuktikan dengan 67% atau sejumlah 200 mahasiswa, sedangkan mahasiswa berjenis kelamin laki-laki sejumlah 33% atau 100 mahasiswa.

Usia subjek pada angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Rentang usia paling banyak terletak antara usia 21-23 tahun sebanyak 82% atau 246 mahasiswa, sedangkan pada rentang usia 19-20 tahun sebanyak 18% atau hanya 54 mahasiswa.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, subjek pada angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang didominasi oleh mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan, dan usia yang menduduki pada rentang antara 21-23 tahun.



Sumber. Pengolahan Data 2020

Gambar 1.5 Grafik Skor Sebaran data berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

### 1. Deskriptif Data

Deskripsi data bertujuan untuk mengukur tingkat literasi ekonomi, harga diri dan perilaku konsumtif mahasiswa. Perhitungan diperoleh dari Mean dan standar deviasi. Hasil perhitungan mean dan standar deviasi kemudian dilakukan pengelompokkan menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Untuk mengetahui tingkat deskripsi data didasarkan pada akar hipotetik. Penggunaan skor hipotetik pada penelitian ini adalah karena

menggunakan alat ukur sebagai acuan dalam menentukan tinggi rendahnya skor subjek. Penjelasan pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Skor Hipotetik

Skala	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Literasi Ekonomi	10	24	17	2,8
Harga Diri	40	53	44	2,6
Perilaku Konsumtif	10	17	13	1,3

Tabel 4.2 diperoleh dari hasil uji analisis deskriptif pada program *SPSS 25.0 for windows*, kemudian dihitung manual menggunakan rumus atau norma sebagai berikut:

Standar Kategorisasi

No.	Kategori	Norma Skor
1.	Tinggi	$X > (M+1 \text{ SD})$
2.	Sedang	$(M-1 \text{ SD}) < X \leq (M+1 \text{ SD})$
3.	Rendah	$X < (M-1 \text{ SD})$

a. Literasi Ekonomi

Tinggi :  $X > (17+1 (2,8))$

:  $X > 20$

Sedang :  $(17-1 (2,8)) \leq X \leq (17+1 (2,8))$

:  $(14) \leq X \leq (20)$

Rendah :  $X < (17-1 (2,8$

:  $X < 14$

b. Harga Diri

Tinggi :  $X > (44+1.(2,6)$

:  $X > 46$

Sedang :  $44-1 (2,6) \leq X \leq (44+1 (2,6)$

:  $(41) \leq X \leq (46)$

Rendah :  $X < (44-1 (2,6)$

:  $X < 41$

c. Perilaku Konsumtif

Tinggi :  $X > (13,9+1 (1,3)$

:  $X > 15,3$

Sedang :  $13,9-1 (1,3) \leq X \leq (13,9+1. (1,3)$

:  $(12) \leq X \leq (15,3)$

Rendah :  $X < (13,9 -1 (1,3)$

:  $X < 12$

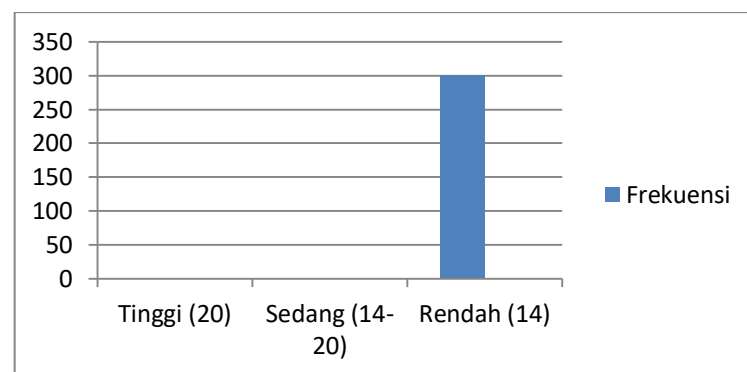
## 2. Kategorisasi Data

Setelah mengetahui nilai mean dan standar deviasi selanjutnya melakukan perhitungan pada tiap-tiap variabel. Hasil penelitian diperoleh dari kuesioner, guna memudahkan penentuan klasifikasi, Untuk lebih

jelasan gambar tentang literasi ekonomi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 kategorisasi Literasi Ekonomi

No.	Interval	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1.	20	Tinggi	0	0%
2.	14-20	Sedang	0	0%
3.	14	Rendah	300	100%
Jumlah			300	100%



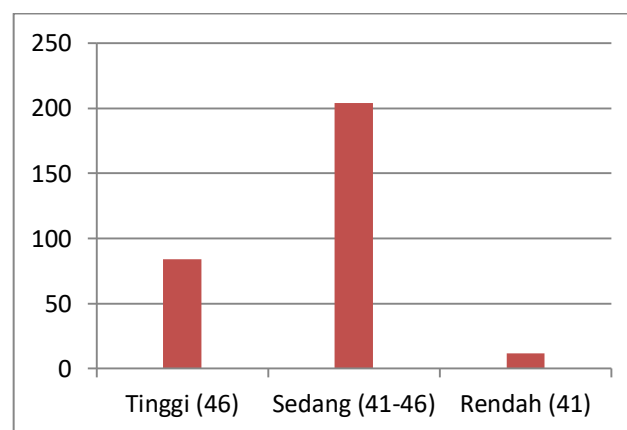
Sumber. Pengolahan Data 2020

Gambar 1.6 Gambar Prosentase Skala Literasi Ekonomi

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa literasi ekonomi atau pemahaman ekonomi pada mahasiswa yaitu (1) kategori tinggi 0, (2) kategori sedang 0, (3) kategori rendah sebesar 100% atau sebanyak 300 mahasiswa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi pada mahasiswa angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dikatakan rendah.

Tabel 4.4 Kategorisasi Harga Diri

No.	Interval	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1.	46	Tinggi	84	28%
2.	41-46	Sedang	204	68%
3.	41	Rendah	12	4%
Jumlah			300	100%



Sumber. Pengolahan Data 2020

Gambar 1.7 Gambar Prosentase Skala Harga Diri

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa harga diri pada mahasiswa yaitu, (1) kategori tinggi sebesar 28% atau 84 mahasiswa, (2) kategori sedang sebesar 68% atau 204 mahasiswa, (3) kategori rendah sebesar 4% atau sebesar 12 mahasiswa. Tabel 5.4 dan gambar 1.3 di atas adalah tingkat harga diri keseluruhan subjek di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dikatakan sedang, selanjutnya berdasarkan tingkat fakultas sebagai berikut:

Tabel 4.5 Kategorisasi masing-masing Fakultas

Fakultas	Kategori	Frekuensi	Prosentase
FITK (Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan)	Tinggi	19	25%
	Sedang	53	65%
	Rendah	1	4%
Syari'ah	Tinggi	15	32%
	Sedang	29	62%
	Rendah	3	6%
Humaniora	Tinggi	1	3%
	Sedang	28	70%
	Rendah	11	27%
Psikologi	Tinggi	4	16%
	Sedang	15	66%
	Rendah	4	16%



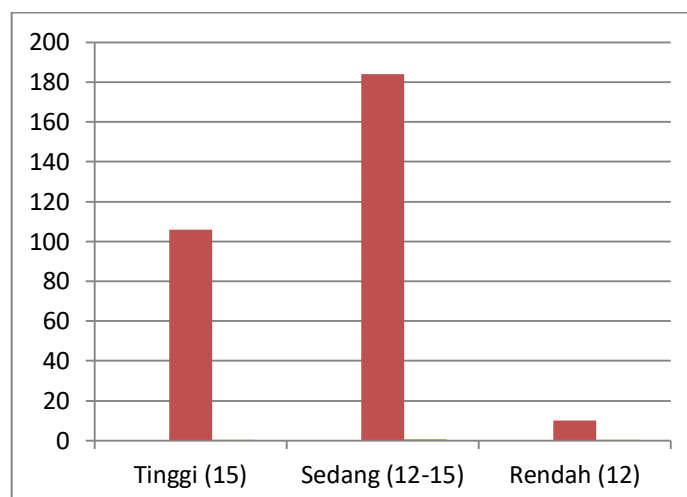
Ekonomi	Tinggi	0	0
	Sedang	30	70%
	Rendah	13	30%
Sains dan Teknologi	Tinggi	19	31%
	Sedang	42	65%
	Rendah	2	4%
FKIK (Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan)	Tinggi	3	27%
	Sedang	7	64%
	Rendah	1	9%

Berdasarkan tabel 4.5 paparan untuk 7 fakultas yang memiliki tingkat harga diri dengan kategori tinggi ada tiga fakultas yaitu, (1) fakultas syari'ah sebesar 32% (2) fakultas sains dan teknologi sebesar 31% dan (3) fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 25%. Empat fakultas lainnya seperti psikologi kategori tinggi sebesar 16%, fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran sebesar 27%, fakultas ekonomi sebesar 0%, dan fakultas humaniora sebesar 3%. Pada kategori sedang fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 73%, fakultas ekonomi 70%, fakultas humaniora sebesar

70%, fakultas psikologi sebesar 66%, fakultas saintek sebesar 65%, dan fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran sebesar 63%. Pada kategori rendah fakultas ekonomi sebesar 30%, fakultas humaniora 27%, fakultas psikologi sebesar 16%, fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran sebesar 9%, fakultas syari'ah 6%, fakultas saintek sebesar 4% dan fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 2%. Gambaran tentang perilaku konsumtif mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.6 Kategorisasi Perilaku Konsumtif

No.	Interval	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1.	15	Tinggi	106	35%
2.	12-15	Sedang	184	61%
3.	12	Rendah	10	4%
Jumlah			300	100%



Sumber. Pengolahan Data 2020

Gambar 1.8 Gambar Prosentase Skala Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 4.6 dan diagram di atas, diketahui bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2016 yaitu, (1) kategori tinggi sebesar 35% atau 106 mahasiswa, (2) kategori sedang sebesar 61% atau 184 mahasiswa, (3) kategori rendah sebesar 4% atau 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa angkatan 2016 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif pada kategori sedang.

Berdasarkan fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai berikut:

Tabel 4.7 Kategorisasi masing-masing Fakultas

Fakultas	Kategori	Frekuensi	Prosentase
FITK ( Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan)	Tinggi	43	60%
	Sedang	30	40%
	Rendah	0	0%
Syari'ah	Tinggi	5	12%
	Sedang	40	85%
	Rendah	2	3%
Humaniora	Tinggi	9	23%
	Sedang	28	70%
	Rendah	3	7%
Psikologi	Tinggi	3	30%
	Sedang	13	57%
	Rendah	7	7%

Ekonomi	Tinggi	7	17%
	Sedang	35	81%
	Rendah	1	2%
Sains dan Teknologi	Tinggi	32	51%
	Sedang	30	48%
	Rendah	1	1%
FKIK (Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan)	Tinggi	3	28%
	Sedang	8	72%
	Rendah	0	0%

Berdasarkan tabel 4.7 paparan untuk 7 fakultas yang memiliki 3 kategori tinggi yaitu, (1) fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 60%, (2) fakultas saintek sebesar 51%, (3) fakultas psikologi sebesar 30%, empat fakultas lainnya seperti fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran sebesar 28%, fakultas humaniora sebesar 23%, fakultas ekonomi sebesar 17%, fakultas syariah sebesar 12%. Pada kategori sedang yaitu fakultas syariah sebesar 85%, fakultas ekonomi sebesar 81%, fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran sebesar 72%, fakultas humaniora sebesar 70%, fakultas

psikologi 57%, fakultas saintek 48%, fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 48%. Pada kategori rendah yaitu fakultas psikologi sebesar 7%, fakultas humaniora 7%, fakultas syariah 3%, fakultas ekonomi 2% fakultas saintek 1%, fakultas ilmu kesehatan dan kedokteran dan ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 0%.

### 3. Faktor Utama Pembentuk Variabel

Faktor utama pembentuk setiap variabel berdasarkan aspek yang telah ada berikut:

#### a. Variabel Literasi Ekonomi

##### 1) Pemahaman terhadap kebutuhan

$$= \frac{872}{4551} = 0,191$$

##### 2) Pemahaman terhadap kelangkaan

$$= \frac{1105}{4551} = 0,242$$

##### 3) Pemahaman terhadap prinsip ekonomi

$$= \frac{1029}{4551} = 0,226$$

##### 4) Pemahaman terhadap motif ekonomi

$$= \frac{499}{4551} = 0,098$$

##### 5) Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi

$$= \frac{1046}{4551} = 0,229$$

Berdasarkan uraian di atas, di paparkan oleh tabel berikut:

Tabel 4.8 Faktor Utama Pembentuk Variabel Literasi Ekonomi

Aspek	Skor Total Aspek	Skor Total Variabel	Hasil
Pemahaman terhadap kebutuhan	872	4551	19,2%
Pemahaman terhadap kelangkaan	1105		24,3%
Pemahaman terhadap prinsip ekonomi	1029		22,5%
Pemahaman terhadap motif ekonomi	499		11%
Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi	1046		23%

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh bahwa faktor pembentuk utama variabel literasi ekonomi adalah aspek pemahaman terhadap kelangkaan dengan skor sebesar 24,3% dan pemahaman terhadap kegiatan konsumsi memiliki skor 23%. Selanjutnya aspek yang terendah berada pada aspek pemahaman terhadap motif ekonomi sebesar 11%. Hal ini berarti mahasiswa memiliki pemahaman tentang kelangkaan dan kegiatan konsumsi yang baik.

#### b. Variabel Harga Diri

##### 1) Percaya Diri

- a) Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap penampilan (*appearance*)

$$= \frac{4559}{13244} = 0,344$$

- b) Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan (*ability*)

$$= \frac{4881}{13244} = 0,368$$

2) Mencintai Diri

- a) Penghargaan Sosial (*Social rewards*)

$$= \frac{982}{13244} = 0,074$$

- b) Sumber rasa bangga dari orang lain yang seolah-olah dialami sendiri

$$= \frac{1840}{13244} = 0,136$$

- c) Moralitas (*Morality*)

$$= \frac{982}{13244} = 0,074$$

Berdasarkan uraian di atas, dipaparkan oleh tabel berikut:



Tabel 4.9 Faktor Utama Pembentuk Variabel Harga Diri

Aspek	Indikator	Skor Total Aspek	Skor Total Variabel	Hasil
Percaya Diri	Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap penampilan ( <i>appearance</i> )	4559	13244	34,4%
	Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan ( <i>ability</i> )	4881		36,9%
Mencintai Diri	Penghargaan Sosial ( <i>Social rewards</i> )	982		7,4%
	Sumber rasa bangga dari orang lain yang seolah-olah dialami sendiri	1840		13,9%
	Moralitas ( <i>Morality</i> )	982		7,4%

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh bahwa faktor utama pembentuk variabel harga diri adalah aspek percaya dengan indikator kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan (*ability*) dengan skor 36,9%. Sedangkan ada aspek yang memiliki skor sama rendah yaitu Mencintai diri sendiri dengan indikator penghargaan sosial dan moralitas dengan skor 7,4%. Hal ini berarti bahwa mahasiswa memiliki percaya diri yang baik tetapi kurang mencintai dirinya.

c. Variabel Perilaku Konsumtif

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

$$= \frac{1153}{4187} = 0,275$$

- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik

$$= \frac{532}{4187} = 0,127$$

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

$$= \frac{431}{4187} = 0,102$$

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga

$$= \frac{769}{4187} = 0,183$$

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status      0

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya

$$= \frac{713}{4187} = 0,170$$

- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

$$= \frac{589}{4187} = 0,140$$

Berdasarkan uraian di atas, dipaparkan tabel berikut:

Tabel 4.10 Faktor Utama Pembentuk Variabel Perilaku Konsumtif

Aspek	Skor Total Aspek	Skor Total Variabel	Hasil
Membeli produk karena iming-iming hadiah	1153	4187	27,5%
Membeli produk karena kemasannya menarik	532		12,7%
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	431		10,5%
Membeli produk atas pertimbangan harga	769		18,3%
Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	0		0
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya	713		17%
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	589		14%

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh bahwa faktor utama pembentuk variabel perilaku konsumtif adalah aspek membeli produk karena iming-iming hadiah dengan skor 27,5%. Sedangkan aspek membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status dengan skor 0 dan membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi dengan skor 10%. Hal ini berarti banyak mahasiswa yang membeli produk karena banyaknya hadiah atau bonus dari penjual.

#### 4. Sumbangan efektif

Penelitian ini selanjutnya akan mengidentifikasi nilai sumbangan efektif dari masing-masing variabel terhadap variabel terikat. Perhitungan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 25.0 For Windows*. Guna mencari *cross product*. Rinciannya sebagai berikut:

##### a. Literasi Ekonomi

Tabel 4.11 Sumbangan Efektif Variabel Literasi Ekonomi

Variabel	B	<i>Cross Product</i>	Regresi	SE total
Literasi Ekonomi	0,131	-16,683	50,768	0,3%

Setelah diperoleh beberapa koefisien pada tabel selanjutnya diolah dalam rumus sebagai berikut:

$$SE_{x1} = \frac{bx1.Cross\ Product.R2}{Regression} \times 100\%$$

Keterangan:

$b_{x1}$  = koefisien b variabel X1

*Cross product* = *cross product* X1

*Regression* = nilai regresi

$R^2$  = Sumbangan efektif total

Berikut hasil perhitungan sumbangan efektif dari variabel literasi ekonomi yang ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Sumbangan Efektif Variabel Literasi Ekonomi

<b>Komponen Sikap</b>	<b>Sumbangan Efektif Total</b>
Literasi Ekonomi	0,13%

Berdasarkan tabel 4.12 didapatkan bahwa total keseluruhan sumbangan efektif literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,13%. Hal ini menunjukkan bahwa 99,87% variabel perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Harga Diri

Tabel 4.13 Sumbangan Efektif Variabel Harga Diri

<b>Variabel</b>	<b>B</b>	<b><i>Cross Product</i></b>	<b>Regresi</b>	<b>SE total</b>
Harga Diri	0,018	45,907	50,768	0,3%

Setelah diperoleh hasil di atas pada tabel selanjutnya diolah dalam rumus sebagai berikut:

$$SE_{x2} = \frac{b_{x2} \cdot Cross\ Product \cdot R^2}{Regression} \times 100\%$$

Keterangan:

$b_{x2}$  = koefisien b variabel X2

*Cross product* = *cross product* X2

*Regression* = nilai regresi

$$R^2 = \text{Sumbangan efektif total}$$

Berikut hasil perhitungan sumbangan efektif variabel harga diri yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Sumbangan Efektif Variabel Harga Diri

Komponen Sikap	Sumbangan Efektif Total
Harga Diri	0,17%

Berdasarkan tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa total sumbangan efektif dari variabel harga diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,17%. Berarti bahwa sebanyak 99,83% variabel harga diri dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

### C. Pengujian Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif. Berikut adalah hasil perhitungannya dengan menggunakan bantuan *SPSS 25.0 for windows*:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual terdistribusikan secara normal. Dalam penghitungan menggunakan *SPSS 25.0 for windows*.

*Analyse no parametric test* sampel K-S (*KolmogrovSmirnov*). Nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,000 dan nilai ini kurang dari 0,005, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengganggu atau residual berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

## One Simple Kolmogrov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	300
Test Statistic	,105
Asymp. Sig (2-tailed)	,000

## 2. Uji Linearitas

Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas

## ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif* Literasi Ekonomi	Between Groups	(Combined)	18,435	6	3,073	1,680	,126
		Linearity	,681	1	,681	,372	,542
		Deviation From Linearity	17,754	5	3,551	1,941	,088
	Total		554,437	299			

Berdasarkan nilai signifikansi dari output table 4.16 di atas, nilai Deviation from linearity sig. Adalah 0,088 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel literasi ekonomi (X1) dengan variabel perilaku konsumtif (Y).

Berdasarkan nilai F dari tabel di atas, nilai F hitung adalah 1,941 < F tabel 2.26. karena nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Literasi ekonomi (X1) dengan perilaku konsumtif (Y).

Tabel 4.17 Hasil Deviation from linearity sig.

ANOVA Table

			Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif *Harga Diri	Between Groups	(Combined)	42,834	13	3,295	1,842	,037
		Linearity	,991	1	,991	,554	,457
		Deviation From Linearity	41,843	12	3,487	1,949	,029
	Total		554,437	299			

Berdasarkan nilai signifikansi dari output tabel 4.17 di atas, nilai Deviation from linearity sig. Adalah 0,029 lebih besar dari 0,05. Maka



dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Harga Diri (X2) dengan variabel perilaku konsumtif (Y).

Berdasarkan nilai F dari tabel di atas, nilai F hitung adalah  $1,949 < F$  tabel 2.26. karena nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Harga Diri (X1) dengan perilaku konsumtif (Y).

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance, variance inflation factor (VIF). Uji multikolinearitas jika terjadi nilai tolerance  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ .

Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas Coefficients

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients				
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
(Constant)	13,560	1,579		8,587	,000		
Literasi Ekonomi	-,042	,067	-,036	-,628	,530	,999	1,001
Harga Diri	,022	,030	,043	,043	,454	,999	1,001

Berdasarkan tabel 4.18 pada bagian “*Collinearity Tolerance*” diketahui nilai tolerance untuk variabel literasi ekonomi (X1) dan Harga Diri (X2) adalah 0,999 lebih besar dari 0,10, sementara nilai VIF variabel literasi ekonomi (X1) dan harga diri (X2) adalah  $1,001 < 10,00$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Untuk menentukan rumus regresi dalam penelitian maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Uji Analisis Regresi Berganda

##### Coefficients

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	13,560	1,579		8,587	,000
Literasi Ekonomi	-,042	,067	-,036	-,628	,530
Harga Diri	,022	,030	,043	,043	,454

Berdasarkan tabel 4.19 maka dapat dibuat model persamaan regresi dengan dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 13,560 + -0,042X_1 + 0,022 X_2 + \mu$$

Keterangan:

Y : Perilaku konsumtif mahasiswa

X<sub>1</sub> : Literasi Ekonomi mahasiswa

X<sub>2</sub> : Harga Diri mahasiswa

$\mu$  : *error* (0,05)

#### 5. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi menunjukkan model variabel bebas literasi ekonomi (X<sub>1</sub>), variabel harga diri (X<sub>2</sub>), dalam menjelaskan variabel dependent (perilaku konsumtif) angka *adjust R square* sebesar menunjukkan koefisien determinasi. Besar *adjust R square* adalah sebesar 0,003. Hal ini berarti 0,3% perubahan variabel Y disebabkan oleh perubahan variabel X<sub>1</sub>, dan X<sub>2</sub>, sedangkan sisanya 99,7% disebabkan oleh faktor luar perubahan variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>.

Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Squares	Std. Error of the Estimate
1	,056a	,003	-,004	1,364

#### D. Hasil Uji Hipotesis

Terdapat dua uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t dan uji F dengan menggunakan analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara variabel literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif. Berikut merupakan hasil perhitungan dengan *SPSS 25.0 for windows*.

##### 1. Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi hubungan variabel independent secara simultan dengan variabel dependent. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berikut adalah paparan yang menunjukkan hasil uji F tabel berikut:

Tabel 4.21 Hasil Uji F

##### ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,725	2	,862	,463	,630b
Residual	552,712	297	1,861		
Total	554,437	299			

Jika signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh antara  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$ . Berdasarkan tabel di

atas nilai signifikansi sebesar  $0,630 > 0,05$ . Berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ ,  $F_{hitung}$  sebesar  $0,463 < F_{tabel}$  1,365, maka hipotesis ditolak. Yang artinya Literasi ekonomi (X1) dan Harga Diri (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y).

## 2. Hasil uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasaannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22 Hasil Uji T

### Coefficients

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	13,560	1,579		8,587	,000
Literasi Ekonomi	-,042	,067	-,036	-,628	,530
Harga Diri	,022	,030	,043	,043	,454

Berdasarkan tabel 4.22 *coefficients* diketahui nilai signifikansi variabel literasi ekonomi (X1) adalah sebesar  $0,530 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a/ H_1$

diterima. Artinya tidak ada pengaruh antara literasi ekonomi (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y). Berdasarkan perbandingan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel Berdasarkan output di atas diketahui nilai  $t$  hitung variabel literasi ekonomi sebesar  $-0,628$ . Karena nilai  $t$  hitung  $-0,628 < t$  tabel  $-1,542$  maka tidak ada pengaruh secara parsial antara literasi ekonomi (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y), dan hipotesis ditolak, atau  $H_0$  diterima dan  $H_a/ H_1$  ditolak.

Berdasarkan tabel 4.22 *coefficients* diketahui nilai signifikansi variabel harga diri (X2) sebesar  $0,454 > 0,05$  yang artinya bahwa hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara harga diri (X2) terhadap perilaku konsumtif(Y). Berdasarkan perbandingan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel variabel harga diri X2 sebesar  $0,749$ . Karena  $t$  hitung  $0,749 > t$  tabel  $0,719$  maka tidak ada pengaruh secara parsial antara harga diri (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y), dan hipotesis ditolak.

#### E. Pembahasan

Berdasarkan hasil olah data dan analisis data yang telah dilakukan *step by step* didapatkan beberapa temuan. Adapun hasil penelitian tersebut di atas dipaparkan secara singkat sebagai berikut:

##### 1. Tingkat Literasi Ekonomi

Tingkat literasi ekonomi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 diketahui termasuk

dalam kategori rendah. Sebanyak 100% mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang rendah. Rendahnya literasi ekonomi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 disebabkan karena perbedaan pengetahuan mahasiswa tentang ekonomi, kesiapan belajar mahasiswa juga menyebabkan perbedaan pengetahuan dalam proses pembelajaran, mahasiswa yang siap belajar mampu menerima materi dibandingkan yang belum memiliki kesiapan belajar, dan latar belakang mahasiswa yang berbeda baik sekolah maupun tempat tinggal.

Variabel literasi ekonomi tersusun dari beberapa aspek pembentuk. Setelah dilakukan perhitungan maka didapatkan hasil bahwa variabel literasi ekonomi paling tinggi dibentuk oleh dua yaitu aspek pemahaman terhadap kelangkaan dengan skor sebesar 24,3% dan pemahaman terhadap kegiatan konsumsi memiliki skor 23%. Artinya mahasiswa memahami tentang kelangkaan seperti sumber daya manusia, kemudian mahasiswa juga paham bagaimana menggunakan, membeli produk dan jasa.

## 2. Tingkat Harga Diri

Tingkat harga diri mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 termasuk dalam kategori sedang. Sebanyak 67% mahasiswa memiliki harga diri dalam kategori sedang. Artinya bahwa harga diri mahasiswa yang sedang yaitu ketika mahasiswa memiliki kesamaan dengan seseorang yang memiliki harga

diri tinggi seperti optimis, mampu berekspresi, aktif bergerak dan memberi respon positif dan memiliki *personal worth*.

Variabel harga diri tersusun dari beberapa aspek pembentuk, setelah dilakukan perhitungan maka didapatkan hasil yaitu aspek percaya diri dengan indikator kualitas keyakinan dan kenyamanan dalam kemampuan (*ability*) dengan skor sebesar 36%. Artinya mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 memiliki percaya diri yang cukup baik dengan kemampuan yang mereka miliki. sedangkan aspek terendah yaitu aspek mencintai diri dengan dua indikator yaitu penghargaan sosial dan moralitas skor nya sebesar 7,4%.

### 3. Tingkat Perilaku Konsumtif

Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 termasuk dalam kategori sedang. Sebanyak 61% mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang sedang. Artinya mahasiswa cukup baik mengendalikan diri dalam melakukan tindakan konsumtif. Mahasiswa mampu menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan semata.

Variabel perilaku konsumtif tersusun dari beberapa aspek pembentuk, setelah melakukan penghitungan maka didapatkan hasil yaitu aspek yang memiliki skor paling tinggi adalah membeli produk karena iming-iming hadiah dengan skor sebesar 27,5%. Artinya mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



angkatan 2016 akan melakukan kegiatan konsumsi apabila ada tawaran hadiah yang menarik atau diskon yang besar. Sedangkan aspek yang memiliki skor terendah yaitu aspek membeli produk hanya sebagai simbol status skor aspek tersebut adalah 0%, artinya mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 tidak menggunakan kegiatan konsumtif sebagai suatu tanda status yang membedakan siapa mereka, misal status mereka sebagai orang dengan ekonomi berada atau sebaliknya. Hasil tersebut mendapat sumbangan dari variabel literasi ekonomi (0,13%) dan variabel harga diri (0,17%). Artinya ada banyak variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa selain literasi ekonomi dan harga diri sebesar 99,7%.

#### 4. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa

Pengaruh literasi ekonomi adalah pemahaman tentang ekonomi dari tidak cerdas menjadi cerdas, literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016, dapat diketahui bahwa nilai yang dihasilkan dari koefisien regresi sebesar -0,042, Koefisien memiliki nilai negatif yang artinya terjadi pengaruh negatif literasi ekonomi dan perilaku konsumtif mahasiswa, maksudnya adalah jika literasi ekonomi mengalami kenaikan satu tingkat maka terjadi penurunan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar -0,042. Dapat dilihat dari nilai uji thitung < t tabel, yaitu  $-0,628 < -1,542$  dengan tingkat signifikansi

0,530 > 0,05. Dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada variabel literasi ekonomi sebesar 0,003 atau yang artinya bahwa besarnya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,3% dan sisanya di pengaruhi oleh variabel di luar literasi ekonomi.

Hasil tersebut didukung oleh penelitian Roikhatul Janah (2019) bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan tidak memiliki gambaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudian hasil tersebut sejalan dengan penelitian Dias Kanserina (2015) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yaitu semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka dapat menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dan sebaliknya apabila literasi ekonomi mahasiswa rendah maka tingkat perilaku konsumtif tinggi. Sesuai data yang diperoleh bahwa nilai variabel literasi ekonomi pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk dalam kategori rendah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Juliana (2013) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi atau paham ekonomi mahasiswa terhadap ekonomi dapat memberi pengaruh individu dalam bertindak khususnya pada ekonomi. Tingkat pemahaman ekonomi

pada penelitian Juliana termasuk dalam kategori baik. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan oleh banyak faktor, faktor utamanya yaitu perbedaan pengetahuan mahasiswa tentang ekonomi, dan proses pembelajaran mahasiswa belum memiliki kesiapan. Karena menurut pandangan kaum behavioris, belajar adalah stimulus dan respon serta adanya perubahan perilaku. Orang dikatakan belajar apabila memiliki perubahan perilaku, untuk membentuk perilaku tertentu harus dilakukan secara berulang-ulang agar menjadi kebiasaan. Faktor lainnya yaitu latar belakang mahasiswa yang berbeda-beda, perbedaan latar belakang dapat mempengaruhi proses belajar individu, karena nantinya akan menghambat atau memberi kelancaran pada penerimaan materi ekonomi.

#### 5. Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa

Harga diri adalah hasil penilaian seseorang terhadap diri sendiri dan diekspresikan dengan sikap yang baik atau buruk. Pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki koefisien regresi sebesar 0,022, koefisien regresi memiliki nilai positif artinya apabila harga diri meningkat satu tingkat maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,022. Selain itu uji t hitung  $0,749 > t_{tabel} 0,719$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,454 > 0,05$ . Dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016.

Harga diri memiliki pengaruh kecil dalam menentukan tinggi nya perilaku konsumtif, ada banyak faktor yang memberi pengaruh pada perilaku konsumtif, faktor perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal meliputi motivasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri, faktor eksternal meliputi budaya, kelas sosial, referensi dan keluarga. Kemungkinan sebagian sampe dalam penelitian ini berasal dari keluarga yang memiliki kelas ekonomi menengah ke atas. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga diri bukan satu-satunya yan mempengaruhi perilaku konsumtif, harga diri pada mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor lain. Menurut Mruk (2006) faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu; dukungan orangtua, kehangatan keluarga, harapan dan konsisitensi orang tua, *modelling*, *social values*, dan *self values*.

Harga diri yang mahasiswa yang sedang berkontribusi terhadap meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa, karena mahasiswa merasa puas dan merasa dihargai apabila mempunyai sesuatu yang dapat meningkatkan percaya diri mahasiswa. Menurut Arnold, dkk (2002) dalam bukunya *Consumer* bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan harga diri. Seseorang yang memiliki harga diri rendah

memiliki keyakinan bahwa apabila seseorang melakukan perilaku konsumtif akan meningkatkan harga diri.

Menurut Sunartono (2002) perilaku konsumtif ditunjukkan dengan indikator yang mengacu pada dimensi perilaku membeli berdasarkan emosional. Artinya subjek dalam membeli sesuatu didominasi oleh pemikiran yang rasional atau bukan membeli hanya sekedar keinginan semata. Setiap harga diri yang dimiliki oleh seseorang itu berbeda beda maka berbeda pula perilaku konsumtifnya. Ada beberapa mahasiswa yang memiliki harga diri tinggi, tetapi tidak mengharuskan dirinya mengonsumsi barang yang mahal, tidak boros, makan, nongkrong dengan teman di tempat yang mahal, tetapi malah menggunakan uang dengan baik yaitu kebutuhan yang bermanfaat bagi dirinya.

Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Chodryna Latifaatun Nisa (2017) yaitu terdapat pengaruh positif harga diri terhadap perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2015 secara parsial 7,45%. Artinya jika harga diri tinggi maka perilaku konsumtif belanja online juga tinggi. Berbeda lagi, hasil penelitian tersebut sejalan dan didukung oleh penelitian Yarian Alamanda (2018) bahwa harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Hasil penelitian juga sejalan

dengan Masroyani Siregar (2017) bahwa tidak ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap smartphone pada mahasiswa, yang menunjukkan bahwa tinggi rendahnya harga diri tidak dapat menjelaskan tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaiful (2012) bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara gaya hidup konsumtif dengan harga diri pada mahasiswa. Disebutkan bahwa terdapat beberapa faktor memberikan pengaruh besar.

6. Pengaruh antara literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan dari 300 responden, yang mendominasi adalah mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan dan usia kisaran 21-23 tahun. Menunjukkan bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016. Hasil  $F$  hitung sebesar  $0,463 < F$  tabel  $1,365$ , maka hipotesis ditolak. Yang artinya Literasi ekonomi ( $X_1$ ) dan Harga Diri ( $X_2$ ) secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ).

Hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,03$  atau  $0,3\%$ , maka dapat dikatakan bahwa

sebesar 0,3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan harga diri. Sisanya sebesar 99,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel literasi ekonomi memberikan sumbangan sebesar 0,13% dan harga diri memberi sumbangan sebesar 0,17%.

Literasi ekonomi adalah melek pengetahuan tentang ekonomi dari yang tidak cerdas menjadi cerdas. perilaku tidak cerdas seperti sikap seseorang yang tidak ingin tertinggal dengan kelompoknya, seseorang yang merasa gengsi, selain itu keinginan seseorang untuk meniru *fashion* atau gaya orang lain, sehingga ia merasa ingin berlomba lomba untuk membeli suatu produk. Akibat lainnya adalah menggunakan uang dengan boros dan tidak rasional. Kurangnya pengetahuan tentang ekonomi menyebabkan perilaku konsumtif seseorang meningkat. Seseorang yang memiliki pengetahuan rendah akan memiliki sikap, pola pikir, dan cara pandang yang kurang baik. Literasi ekonomi adalah faktor paling penting dalam mengambil keputusan untuk membeli agar tercipta perilaku konsumsi yang rasional. Literasi ekonomi bukan hanya memahami konsep dasar ekonomi dan faktanya, akan tetapi juga tentang kemampuan seseorang untuk berpikir kritis yang mendukung pola pikir tentang ekonomi yang benar.

Menurut (Setiana, 2013) Seseorang menginginkan dirinya untuk tampil bergaya masa kini, *trendy*, dengan mengenakan produk yang

keren dengan harga yang mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri, agar mereka tidak dianggap jadul atau ndeso. Menurut Clemes (1995) menyebutkan bahwa harga diri merupakan bentuk evaluasi diri seseorang yang berawal dari pikiran, rasa, dan pengalaman yang telah dilalui selama hidup mereka adalah suatu pertumbuhan yang bernilai positif dalam relasi manusia, harga diri yang rendah dapat menjadi pemacu utama seseorang memenuhi hidup yang ideal menurutnya dan tidak ideal menurut sesamanya untuk menyembunyikan rasa tidak berharga yang ada dalam dirinya.

Menurut Sciffman (2012) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah tahapan atau tingkatan dari suatu langkah yang ditempuh oleh individu atau kelompok yang bertujuan untuk memenuhi hasrat keinginan bukan kebutuhan. Kebutuhan setiap orang berbeda-beda, seperti makan, minum, pakaian dan kebutuhan lainnya. Hal tersebut sesuai dengan teori *Hierarki need* dari Abraham Maslow (1930) ada lima kebutuhan yaitu, kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, *self esteem*, dan *self actualization*.

Berdasarkan penjelasan di atas, literasi ekonomi dan harga diri sedikit mempengaruhi perilaku konsumtif. Ada banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut kotler yaitu; 1) Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, sikap pendirian dan kepercayaan 2) faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan jenis kelamin.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data mengenai pengaruh literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat literasi ekonomi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 termasuk dalam kategori rendah dengan skor 100%, yang berarti bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 memiliki pemahaman tentang ekonomi yang rendah. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pengetahuan mahasiswa, pembelajaran yang berbeda dan latar belakang mahasiswa yang berbeda.
2. Tingkat harga diri mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 termasuk dalam kategori sedang dengan skor 67% . Artinya bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 memiliki harga diri yang baik karena harga diri yang sedang tersebut hampir sama tingkatannya dengan harga diri yang tinggi yaitu aktif, optimis, dan mampu mengkritik dengan baik.

3. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 termasuk dalam kategori sedang dengan skor 61%. Artinya sebagian mahasiswa mampu mengendalikan diri atau membuat seimbang kebutuhan dan keinginannya. Maka dari itu tidak akan terjadi pembelian secara *impulsive* maupun *compulsive* dan boros.
4. Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 dengan skor -0,042. Artinya apabila literasi ekonomi meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa menurun, dan apabila literasi ekonomi mahasiswa menurun maka perilaku konsumtif mahasiswa meningkat. Hal ini berkaitan dengan konsep *marketing mix* adalah strategi penjualan yang menentukan harga naik dan dibuat untuk menghasilkan keuntungan bagi pasar yang dituju. Ada tujuh konsep yaitu *product*, *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (SDM), *Process* (proses), *Physical evidence* (bukti fisik perusahaan).
5. Harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 dengan skor 0,022.
6. Secara simultan diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara literasi ekonomi dan harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Lembaga Pendidikan**

Lembaga pendidikan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang diharapkan untuk sedikit memberikan materi ekonomi dan memberi strategi yang bagus, dan memodifikasi metode mengajar untuk pembelajarannya. Sehingga bisa meningkatkan literasi ekonomi terutama aspek pemahaman terhadap motif ekonomi pada seluruh mahasiswa dari beberapa fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang bukan hanya mahasiswa yang berada di fakultas ekonomi.

### **2. Bagi Mahasiswa**

Diharapkan dapat meningkatkan literasi ekonomi agar dapat bersaing di dunia luar, dan lebih baik membeli barang secukupnya sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan, kemudian mahasiswa bisa menabung uang saku yang diberikan oleh orangtua serta tidak mudah terbawa gaya hidup di lingkungannya yang dapat membawa mereka ke sesuatu yang tidak memiliki nilai atau bermanfaat.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan sampel penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 dengan jumlah yang kurang banyak dan kecil, sehingga dibutuhkan perluasan dalam melakukan penelitian yang sama dengan sampel penelitian yang lebih besar lagi. Penelitian ini menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif. Diharapkan kepada mahasiswa untuk memperhatikan aspek mencintai diri dengan indikator penghargaan sosial (*social reward*) dan moralitas (*morality*), kemudian peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel bebas yang lainnya untuk melihat pengaruh antar variabel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzkia, Annisa. (2018). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*. Skripsi. Dipublikasi.
- Ali, Mohamad. (1987). *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa
- Amelia, Povy. (2018). *Tingkat Literasi Ekonomi di Kalngan Pengusaha Mikro Kecil di Kecamatan Kota Gede*. Skripsi
- Andy P Tambunan. (2007). *Menilai harga wajar saham ( stock valuation )*. Jakarta : PT Elex Media
- Anugrah, Rifky. (2011). *Pengaruh Sikap Terhadap Produk dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Keputusan Membeli Smartphone BlackBerry pada Siswa SMA Al-Azhar Bumi Serpong*. Skripsi. Dipublikasi.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendidikan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Syaifuddin. (2015). *Dasar Dasar Psikometrika*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Baron, R. A dan Donn Byrne. 2003. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Burkhardt, Gina, dkk. (2003). *Engaunge 21st Century Skills: Literacy In The Digital Age*.

C.Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga

Coopersmith, S. (1967). *The Antecedentes of Self Esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman and Company.

Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang. UMM PRESS

Djuwitaningsih, Ekapti Wahjuni. (2018). *Perubahan Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Tenaga Kerja Wanita (TKW) Purna*. Sosial Politik Humaniora. 7(1): 1-21

Fitri Astuti, Rika Pristian.(2016). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro*. Jurnal Edutama. 3(1):49-59

Hasibuan, Elfina Putri Nanda. (2010). *Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Skrispi. Dipublikasi.

<https://journal.sociolla.com/lifestyle/kebiasaan-wanita-indonesia-belanja-online>. Diakses pada tanggal 02/11/2019 pukul 20.57.

<https://kbbi.web.id/ekonomi/diakses03/01/2020/>

<https://kbbi.web.id/perilaku/> diakses tanggal 06/09/2019/ pukul 20.14

<https://kbbi.web.id/konsumtif/> diakses tanggal 06/09/2019/ pukul 20.18.

<https://lektur.id/arti-literasi/diakses02/01/2020/>

Indah Pratiwi. (2017). *Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. 9 (1) 98-118

Indah Yuliantari, Made & Herdiyanto, Yohanes Kartika. (2015). *Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di Kota Denpasar*. Jurnal Psikologi Udayana. 2 (1): 89-99

Intan Yuniartha Pramesti.(2002). *Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

J. Supranto & Limakrisna, Nandan. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk memenangkan Persaingan Bisnis- Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

Java Tresna, Trigita A. (2013). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan*. Ringkasan Skripsi. Dipublikasi.

Java Tresna, Trigita Ardikawati.(2013). *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fis Uny Pada Klinik Kecantikan*. S1 thesis, Fakultas Ilmu Sosial.

Juliana. (2013). *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas TanjungPura Pontianak.

Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas*, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.

Kristianto, Paulus Lilik, (2011). *Psikologi Pemasaran*. Penerbit CAPS, Yogyakarta

Mei Nokadianti, Sari. (2013). *Pengaruh Status Sosial-Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi Siswa Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa SMA di Kota Madiun*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.

Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu- Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.

Muhammad Afif Iqomudin. (2017). *Pengaruh Literasi Ekonomi, Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dan Latar Belakang Sosial-Ekonomi Orangtua Terhadap Pengambilan Keputusan Berkonsumsi pada Mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Fakultas Tarbiyah. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Nugroho, Alief Imam & Fauziah, Nailul. (2018). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerk Pada Siswa Sman 3 Semarang*. Jurnal Empati. 7 (2): 425-428

Okky Dikria & Mintarti W, Sri Umi. *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. 9(2):128-139

Papalia, Diane E. & Feldman, Ruth Duskin. (2015). *Menyelami Perkembangan Manusia Edisi 12*. Jakarta: Salemba Humanika.



- Patricia, Nesa Lydia. & Handayani, Sri. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugrari maskapai Penerbangan "X"*. Jurnal Psikologi. 12 (1). 9-17.
- Risnawati, dkk. (2019). *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa*. 3 (4):430-436
- Roziani, Noni & Aditya Ginting, Bismi. (2019). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion*. 8(1): 1-9
- Santrock JW. (2014). *Psikologi Pendidikan Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika
- Santrock JW. (2013). *Psikologi Pendidikan Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Septiana, Aldila. (2015) *Pengaruh Economy Lyteracy Terhadap Perilaku Konsumtif yang Dimediasi Oleh Nilai-Nilai Budaya Lokal dan Promosi paa Siswa SSMA Negeri Se Kota Pamekasan*. Skripsi
- Sina, peter garlans. (2012). *Analisis Literasi Ekonomi*. Jurnal *economia*. 8 (2).
- Siregar, Masroyani. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Smartphone pada Mahasiswa*. Jurnal Psikologi. 10 (2): 174-181

Solihat, Ai Nur & Arnasik, Syamsudin. (2018). *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi*. 1(2): 1-14

Sri Hastuti, dkk. (2019). *Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa*. Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017) *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif & R &D*. Jakarta: Alfabeta

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, R. (2007). *Gaya hidup Shopaholic sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (Skripsi)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta

Tiana Oktafiani, Lia & Haryono, Agung. (2019) *Pengaruh Literasi Ekonomi Jumlah Uang Saku dan Modernitas Individu Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang*. 12 (2):111-117

Winarsunu, Tulus. (2015). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press

Yudha Satriya, Tony Hermawan. (2008). *Hubungan antara Harga Dii dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Santa Dharma Yogyakarta.

Yunita, Ratna. (2014). *Hubungan antara self esteem dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta*. Skripsi

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Skala Penelitian

### Identitas Responden

Nama : Usia :

Jenis Kelamin : Fakultas :

Hari/ Tanggal :

Petunjuk Pengisian angket:

1. Angket terdiri dari beberapa pertanyaan. Pertimbangkan dengan baik. Tugas anda adalah memilih salah satu jawaban dari 4 pilihan jawaban yang tersedia.
2. Berikan tanda (X) pada jawaban yang tersedia dan berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan jawabanmu.  
 SS: Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju
3. Setiap jawaban anda tidak ada yang benar atau salah

### SELAMAT MENGERJAKAN

#### A. sLiterasi Ekonomi

1. Kebutuhan manusia yang paling umum dibagi menjadi beberapa macam?
  - a. Primer, sekunder, tersier
  - b. Jasmani dan rohani
  - c. Individual dan kolektif
  - d. Sekarang, mendesak dan akan datang
2. Perhatikan pernyataan ini dibawah ini:
  - a. Buku b. Baju c. Olahraga d. Jalan raya e. Kamar mandi
 Berdasarkan pernyataan di atas, yang termasuk kebutuhan individu adalah..?
  - a. 1,2
  - b. 1,3
  - c. 2,5

- d. 3,4
3. Hutan adalah sumber daya, sumber daya dikatakan langka jika...?
    - a. Menebangi pohon secara liar
    - b. Membakar hutan
    - c. Memburu hewan di hutan
    - d. Tidak menanam pohon lagi
  4. Penggunaan sumber daya secara berkelanjutan dapat mengakibatkan...?
    - a. Kelangkaan
    - b. Kehabisan
    - c. Ketidaktersediaan
    - d. kekurangan
  5. Prinsip ekonomi adalah kegiatan ekonomi dengan mengorbankan sesuatu yang sedikit untuk menghasilkan sesuatu yang berlimpah. Contoh penerapan prinsip ekonomi yaitu...?
    - a. Membeli barang yang diskon
    - b. Menggunakan uang dengan hemat
    - c. Melakukan tawar menawar sebelum membeli
    - d. Membeli barang secara langsung dari produsen
  6. Motif ekonomi secara umum adalah kegiatan ekonomi untuk mencari keuntungan, contoh perilaku yang tidak mencerminkan motif ekonomi adalah..?
    - a. Membeli barang-barang mahal
    - b. Tidak pernah menabung
    - c. Menjual barang yang tidak berkualitas dan mahal
    - d. Tidak pernah membantu orang lain
  7. Yang merupakan kegiatan konsumsi adalah...?
    - a. Ibu rumah tangga menggunakan kompor
    - b. Karyawan memakai seragam ke kantor
    - c. Anak-anak membeli jajan
    - d. Petani menggunakan traktor

## B. Harga Diri

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang dengan keadaan saya apa adanya				
2	Saya matching dalam berpakaian dan memiliki selera fashion yang baik				
3	Saya merasa tidak menarik				
4	Saya malu dengan keadaan fisik saya				
5	Saya berolahraga secara rutin				

6	Saya berharap saya lebih menghargai diri sendiri				
7	Saya belum memiliki badan yang ideal				
8	Saya tidak sanggup jika harus berbicara di depan banyak orang				
9	Saya tidak pernah mengkhawatirkan apapun				
10	Saya tidak yakin bila berteman dengan orang lain				
11	Saya ragu dalam bertindak				
12	Saya hati-hati dalam membuat keputusan				
13	Saya tidak mempertimbangkan keputusan saya				
14	Saya sulit memutuskan sesuatu				
15	Saya tidak memperhitungkan keputusan saya				
16	Saya selalu dipilih sebagai delegasi dalam sebuah perlombaan				
17	Teman-teman di kampus berpendapat bahwa saya mempunyai ide-ide yang bagus				
18	Saya tidak mampu melakukan sesuatu sebaik orang lain				
19	Saya merasa sebagai orang yang tidak berguna, tidak seperti orang lain				
20	Apa yang terjadi pada diri saya adalah konsekuensi dari apa yang saya pilih				
21	Bagi saya sukses adalah hasil kerja keras seseorang, dan tidak ada kaitannya dengan keberuntungan				
22	Apa yang terjadi pada diri saya adalah sebuah keberuntungan				
23	Saya tidak perlu bekerja keras untuk mendapatkan yang diinginkan sebab orangtua selalu penuhi permintaan saya				
24	Saya memiliki banyak hal yang dibanggakan				
25	Saya tidak pernah dipuji ketika mendapatkan suatu				

	prestasi				
26	Dalam sebuah kelompok, saya selalu diabaikan				
27	Saya merasa bahwa orang lain kurang menghargai dan mengakui saya				
28	Saya giat/ rajin belajar				
29	Saya dapat mengerjakan hal-hal sebaik teman dekat saya di kampus				
30	Nilai ujian saya selalu jelek				
31	Saya orang yang bersemangat dalam menjalankan aktivitas				
32	Saya mencoba terus semangat menghadapi tantangan				
33	Saya orang yang moody				
34	Saya mudah Putus Asa				
35	Saya sering membantu teman/ tetangga ketika mengalami kesulitan				
36	Saya merasa bertanggung jawab karena melakukan kesalahan				
37	Saya lebih senang menyendiri daripada berada dalam keramaian				
38	Saya malas berinteraksi dengan orang sekitar				
39	Saya mematuhi peraturan dengan baik				
40	Saya menyalahkan orang lain atas apa yang terjadi				
41	Saya berfikir saya bukan orang yang baik				

### C. Perilaku Konsumtif

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya akan membeli produk jika ada potongan harga atau promo lainnya				
2.	Walaupun ada hadiah menarik, saya tidak akan membeli barang yang tidak saya butuhkan				



3.	Ketika ada promo, saya akan membeli barang lebih banyak dari biasanya meskipun saya tidak membutuhkannya				
4.	Saya membeli berbagai jenis barang yang memiliki kriteria favorit saya, meskipun barang tersebut belum tentu terpakai				
5.	Saya membeli barang sesuai dengan kegunaan dan manfaatnya				
6.	Saya membeli produk karena kemasannya menarik				
7.	Jika membeli sesuatu, saya tidak memperhatikan warna dan merk kesukaan				
8.	Saya merasa minder jika tidak memiliki barang yang tergolong mewah				
9.	Saya mempertimbangkan mahal/tidaknya harga barang yang saya inginkan sebelum membelinya				
10.	Saya tetap membeli barang yang saya inginkan meskipun tidak ada uang tersisa				
11.	Saya membeli barang yang banyak digunakan oleh kalangan menengah keatas				
12.	Saya menyukai produk ternama dan yang menjadi idaman banyak orang				
13.	Saya tidak terpengaruh membeli barang dengan model terbaru seperti yang teman-teman saya beli				
14.	Saya tetap akan memakai barang saya yang lama selama masih bisa dipakai meskipun sudah ketinggalan jaman				
15.	Meskipun tokoh idola saya yang mengiklankan, saya tetap akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan saya / yang biasa saya gunakan				
16.	Saya tidak harus memiliki berbagai macam barang yang diiklankan oleh tokoh idola saya				
17.	Saya membeli barang yang harganya mahal agar menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi				
18.	Saya sering ganti produk				

19.	Saya sering membeli dua barang sejenis dengan dua merk yang berbeda				
20.	Apa yang terjadi pada diri saya adalah konsekuensi dari apa yang saya pilih				
21.	Saya hanya membeli satu warna untuk satu model atau jenis barang				
22.	saya tidak mencoba produk lain selain yang saya pakai				
23.	bagi saya. Memiliki barang yang bermerk dan mahal belum tentu sesuai untuk saya				
24.	saya tidak membeli barang demi menjaga penampilan dan gengsi				
25.	Saya membeli berbagai jenis barang yang memiliki kriteria favorit saya, meskipun barang tersebut belum tentu kamu pakai				
26.	saya selalu membeli barang yang bermerk dan mahal karena kualitas barang yang terjamin				
27.	Saya biasa membeli barang yang harganya murah				
28.	Memiliki produk yang mahal memberikan kepuasan dan rasa percaya diri				

## Lampiran 2 Hasil CVR

No.	Variabel		Aspek	No.	item	Ne	n	CVR	Keterangan
1.	Literasi Ekonomi		Pemahaman terhadap kebutuhan	1.	Berdasarkan sifatnya, kebutuhan manusia dibagi menjadi dua yaitu...  a. Jasmani dan rohani b. Individu dan kolektif c. Jangka pendek dan jangka panjang d. Sekarang dan masa akan datang	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				2.	Alat pemuas kebutuhan berupa barang dari jasa bersifat...  a. Terbatas b. Tidak terbatas c. Sementara d. Permanen	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				3.	Berdasarkan intensitas kegunaan, apa saja kebutuhan manusia berdasarkan intensitas kegunaannya...	1	6	-0,6	Tidak relevan

					a. Primer, sekunder, tersier b. Jasmani dan rohani c. Sekarang dan masa akan datang d. Individu dan kolektif				
				4.	Obat untuk orang yang sakit merupakan jenis dari kebutuhan...  a. Primer b. Sekunder c. Tersier d. Sekarang	2	6	-0,3	Tidak relevan
			Pemahaman terhadap kelangkaan	5.	Penggunaan sumber daya secara berkelanjutan dapat mengakibatkan...  a. Kelangkaan b. Keributan c. Kekacauan d. Kesenjangan social	5	6	0,6	Relevan
				6.	Sesuatu yang dimiliki atau terdapa di	3	6	0	Tidak relevan

					alam disebut juga dengan sumber daya...				
					a. Manusia b. Modal c. Alam d. Produksi				
			Pemahaman terhadap prinsip ekonomi	9.	Contoh penerapan prinsip ekonomi yaitu....  a. Mencari uang tambahan b. Menggunakan uang dengan hemat c. Meminta jajan kepada teman d. Menipu dalam berdagang	6	6	1	relevan
				7.	Dibawah ini adalah cara menggunakan alam dengan baik, yaitu...  a. Menebang pohon secara liar b. Membakar hutan c. Menebang pohon dengan cara tebang pilih	5	6	0,6	Relevan

					d. Membuang sampah sembarangan				
			8.		<p>Sumber daya hutan dikatakan langka jika...</p> <p>a. Dimanfaatkan sebagai resapan air</p> <p>b. Menghasilkan kayu dan rotan</p> <p>c. Digunakan sebagai paru-paru dunia</p> <p>d. Ditebang untuk membuka lahan baru</p>	2	6	-0,3	Tidak relevan
		Pemahaman terhadap prinsip ekonomi	10.		<p>Ani membeli baju dengan cara menawar sehingga ia mendapat harga yang murah, tidakan yang dilakukan ani didasarkan atas...</p> <p>a. Tindakan ekonomi</p> <p>b. Prinsip ekonomi</p> <p>c. Motif ekonomi</p>	1	6	-0,6	Tidak relevan

					d. Kegiatan ekonomi				
				11.	<p>Manusia sulit memenuhi kebutuhannya karena...</p> <p>a. Barang dan jasa terbatas</p> <p>b. Barang ekonomis ukur didapat</p> <p>c. Tidak semua barang dapat digunakan</p> <p>d. Setiap barang adalah barang ekonomis</p>	2	6	-0,3	Tidak relevan
			Pemahaman terhadap motif ekonomi	12.	<p>Barang produksi adalah...</p> <p>a. Barang langsung yang memnuhi kebutuhan manusia</p> <p>b. Barang yang pemakaiannya saling menggantikan</p> <p>c. Barang yang saling melengkapi</p> <p>d. Barang digunakan untuk barang lain</p>	2	6	-0,3	Tidak relevan

			Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi	13.	Yang bukan kegiatan konsumsi adalah...  a. Ibu rumah tangga menggunakan kompor gas b. Pelajar menggunakan sepeda ke sekolah c. Petani menggunakan traktor untuk mengolah tanah d. Karyawan memakai seragam	5	6	0,6	relevan
				14.	Dibawah ini barang yang bernilai subjektif adalah...  a. Rumah b. Pakaian c. Beras d. Buku	2	6	-0,3	Tidak relevan
				15.	Dibawah ini yang termasuk kegiatan produksi adalah..  a. Makan bakso b. Beli HP untuk saudara c. Menjahit baju untuk dijual	2	6	-0,3	Tidak relevan



					d. Duduk di kursi				
--	--	--	--	--	-------------------	--	--	--	--

No.	Dimensi	Aspek	Indikator	F/UF	Aitem	Ne	n	CVR	Keterangan
1.	Percaya Diri	Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap penampilan ( <i>appearance</i> )	Memiliki cara pandang yang positif terhadap diri sendiri.	F	Saya senang dengan keadaan saya apa adanya	6	6	1	Relevan
				F	Saya <i>matching</i> dalam berpakaian dan memiliki selera fashion yang baik	6	6	1	Relevan
				UF	Saya merasa tidak menarik	6	6	1	Relevan
				UF	Saya malu dengan keadaan fisik saya	6	6	1	Relevan
			Mensyukuri fisik yang diberksn Allah serta menjaganya dengan baik.	F	Saya berolahraga secara rutin	5	6	0,6	Relevan
				F	Saya berharap saya lebih menghargai diri saya sendiri	4	6	0,3	Relevan
				UF	Saya belum memiliki wajah yang bersih dari noda bekas jerawat	3	6	0	Relevan
				UF	Saya belum memiliki badan yang ideal	6	6	1	Relevan
		Yakin dalam bertindak laku.		F	Saya tidak canggung jika harus berbicara di depan banyak orang	6	6	1	Relevan
				F	Saya tidak pernah mengkhawatirkan apapun juga	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya tidak yakin bila berteman dengan orang lain	4	6	0,3	Relevan
				UF	Saya ragu dalam bertindak	6	6	1	Relevan
		Mempertimbangkan dampak dari		F	Saya kebingungan dalam memutuskan sesuatu	4	6	0,3	Relevan

			keputusan	F	Saya hati-hati dalam membuat keputusan	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya tidak memperhitungkan keputusan saya	4	6	0,3	Relevan
				UF	Saya mempertimbangkan apapun yang dilakukan	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
		Kualitas keyakinan dan kenyamanan terhadap kemampuan (ability)	Mempertimbangkan dampak dari keputusan yang diambil.	F	Saya hati-hati dalam membuat keputusan	5	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				F	Saya mempertimbangkan apapun yang dilakukan	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				UF	Saya kebingungan dalam memutuskan sesuatu	6	6	1	Relevan
				UF	Saya tidak memperhitungkan keputusan saya	6	6	1	Relevan
			Merasa dapat diandalkan	F	Saya selalu dipilih ketika ada pertandingan-pertandingan	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				F	Teman-teman kelas saya di sekolah berpendapat saya mempunyai ide-ide bagus	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
				UF	Saya tidak mampu melakukan hal-hal sebaik yang kebanyakan orang lain	6	6	1	Relevan
				UF	Saya merasa sebagai orang yang tidak berguna, tidak seperti orang lain	6	6	1	Relevan
			Yakin bahwa	F	Apa yang terjadi pada diri saya	4	6	0,3	Berguna tapi tidak

			sukses berasal dari kerja keras, bukan keberuntungan.		adalah hasil perbuatan saya sendiri				relevan
				F	Bagi saya, sukses adalah hasil kerja keras seseorang, dan tidak ada kaitannya dengan keberuntungan	6	6	1	Relevan
				UF	Apa yang terjadi pada diri saya adalah sebuah keberuntungan	6	6	1	Relevan
				UF	Saya tidak perlu bekerja keras untuk mendapatkan yang diinginkan sebab orangtua selalu memnuhi permintaan saya	6	6	1	Relevan
2.	Mencintai Diri	Penghargaan Sosial ( <i>Social rewards</i> )	Merasa disayangi dan selalu mendapat pujian.	F	Saya memiliki banyak hal yang dibanggakan	5	6	0,6	Relevan
				F	Saya tidak pernah dipuji ketika mendapatkan suatu prestasi	6	6	1	Relevan
				UF	Dalam sebuah kelompok, saya selalu diabaikan	3	6	0	Tidak relevan
				UF	Teman-teman saya sering membantu saya saat saya kesulitan	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
			Merasa dihormati	F	Di Kampus, saya seorang pemimpin	3	6	0	Tidak relevan
				UF	Pendapat saya selalu didengar	1	6	-0,6	Tidak relevan
				F		0	6	0	Tidak Relevan
				UF	Saya merasa bahwa orang lain kurang menghargai dan mengakui saya	6	6	1	Relevan

			Merasa cukup pintar dan giat belajar	F	Saya giat/rajin belajar	6	6	1	Relevan
				F	Saya dapat mengerjakan hal-hal sebaik teman-teman saya di kampus	5	6	0,6	Relevan
				UF	Di dalam pertandingan-pertandingan dan kegiatan-kegiatan olahraga, saya hanya menonton bukan menjadi pemain	1	6	-0,6	Tidak relevan
				UF	Nilai ulangan saya selalu jelek	4	6	0,3	Berguna tapi tidak relevan
			Merasa sebagai orang yang bersemangat	F	Saya orang yang sangat bersemangat	5	6	0,6	Relevan
				F	Saya mencoba terus semangat menghadapi tantangan	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya orang yang <i>moody</i> /tergantungan mood	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya mudah putus asa	6	6	1	Relevan
		Moralitas ( <i>Morality</i> )	Kepatuhan dan kepatantasan dalam bersosialisasi.	F	Saya sering membantu teman/tetangga ketika mengalami kesulitan	6	6	1	Relevan
				F	Saya merasa bertanggung jawab karena melakukan suatu kesalahan sosial	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya lebih senang menyendiri daripada berada dalam keramaian	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya malas berinteraksi dengan orang sekitar	5	6	0,6	Relevan

			Baik/ buruk menurut pandangan diri dan lingkungan.	F	Saya mematuhi peraturan dengan baik	6	6	1	Relevan
				F	Saya tidak dapat bersosialisasi dengan baik	3	6	0	Tidak relevan
				UF	Saya menyalahkan oranglain atas apa yang terjadi	5	6	0,6	Relevan
				UF	Saya berfikir saya bukan orang yang baik	6	6	1	Relevan

No.	Aspek	F/ UF	Aitem	Ne	n	CVR	Keterangan
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	F	Saya akan membeli produk jika ada potongan harga atau promo lainnya	6	6	1	Relevan
		F	Walaupun ada hadiah menarik, saya tidak akan membeli barang yang tidak saya butuhkan	5	6	0,6	Relevan
		UF	Ketika ada promo, saya akan membeli barang lebih banyak dari biasanya meskipun saya tidak membutuhkannya	5	6	0,6	Relevan
		UF	Saya akan membeli barang yang berhadiah menarik meskipun barang itu dibutuhkan	2	6	-0,3	Tidak relevan
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik	F	Saya membeli berbagai jenis barang yang memiliki unsur favorit saya (Merk, warna) meskipun barang tersebut belum tentu terpakai	6	6	1	Relevan
		F	Saya membeli produk karena kemasannya menarik	5	6	0,6	Relevan
		UF	Jika membeli sesuatu, saya tidak memperhatikan warna dan merk	6	6	1	Relevan

			kesukaan				
		UF	Saya membeli barang sesuai dengan manfaat dan kegunaannya	6	6	1	Relevan
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	F	Memiliki produk yang mahal memberikan kepuasan dan rasa percaya diri	6	6	1	Relevan
		F	Saya merasa minder jika tidak memiliki barang yang tergolong mewah	6	6	1	Relevan
		UF	Bagi saya, memiliki barang yang bermerk dan mahal belum tentu sesuai untuk saya	6	6	1	Relevan
		UF	Saya tidak membeli barang demi menjaga penampilan dan gengsi	6	6	1	Relevan
4.	Membeli produk atas pertimbangan harga	F	Saya mempertimbangkan mahal/tidaknya harga barang yang saya inginkan sebelum membelinya	6	6	1	Relevan
		F	Saya biasa membeli barang yang harganya murah	5	6	0,6	Relevan
		UF	Saya selalu membeli barang yang bermerk dan mahal karena kualitas barang yang terjamin	5	6	0,6	Relevan



		UF	Saya tetap membeli barang yang saya inginkan meskipun tidak ada uang tersisa	5	6	0,6	Relevan
5.	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	F	Saya membeli barang yang banyak digunakan oleh kalangan menengah keatas	6	6	1	Relevan
		F	Saya menyukai produk ternama dan yang menjadi idaman banyak orang	5	6	0,6	Relevan
		UF	Saya tidak terpengaruh membeli barang dengan model terbaru seperti yang teman-teman saya beli	6	6	1	Relevan
		UF	Saya tetap akan memakai barang saya yang lama selama masih bisa dipakai meskipun sudah ketinggalan jaman	6	6	1	Relevan
6.	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya	F	Saya akan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya	2	6	-0,3	Tidak relevan
		F	Saya bangga memiliki produk yang diiklankan oleh tokoh idola saya	3	6	0	Tidak relevan
		UF	Meskipun tokoh idola saya yang mengiklankan, saya tetap akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan saya / yang biasa saya gunakan	6	6	1	Relevan

		UF	Saya tidak harus memiliki berbagai macam barang yang diiklankan oleh tokoh idola saya	6	6	1	Relevan
7.	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	F	Saya membeli barang yang harganya mahal agar menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	6	6	1	Relevan
		F	Memiliki produk yang mahal memberikan kepuasan dan rasa percaya diri	1	6	-0,6	Tidak relevan
		UF	Saya tidak memaksakan diri untuk membeli barang yang saya inginkan bila saya tidak mampu	2	6	-0,3	Tidak relevan
		UF	Saya tidak merasa minder dengan penampilan saya yang tidak mengikuti tren	3	6	0	Tidak relevan
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	F	Saya mencoba produk dari kemasan berbeda	5	6	0,6	Relevan
		F	Saya sering membeli dua barangsejenis dengan dua merk yang berbeda	6	6	1	Relevan
		UF	Saya hanya membeli satu warna untuk satu model atau jenis barang	6	6	1	Relevan

		UF	Saya tidak mencoba produk lain selain yang saya pakai	6	6	1	Relevan
--	--	----	-------------------------------------------------------	---	---	---	---------

### Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Literasi Ekonomi

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,179	7

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem1	17,56	8,080	,089	,156
aitem2	18,34	6,908	,175	,081
aitem3	18,94	6,020	,085	,146
aitem4	17,91	7,150	,134	,112
aitem5	18,40	7,525	,001	,211
aitem6	19,02	7,053	,037	,187
aitem7	18,12	7,923	,004	,199

#### 2. Harga Diri

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	41

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem1	113,87	99,822	,292	,843
aitem2	114,16	99,803	,296	,843
aitem3	114,30	98,672	,374	,842
aitem4	114,03	99,484	,321	,843
aitem5	114,81	99,211	,295	,843
aitem6	113,78	103,040	,041	,849
aitem7	114,92	100,188	,206	,846
aitem8	114,55	95,433	,528	,837
aitem9	115,12	99,307	,264	,844
aitem10	114,39	99,356	,304	,843
aitem11	114,52	96,832	,514	,838
aitem12	114,02	100,558	,265	,844
aitem13	115,39	108,473	-,378	,858
aitem14	114,65	96,851	,479	,839
aitem15	114,18	99,292	,331	,843
aitem16	114,97	99,203	,246	,845
aitem17	114,56	99,077	,337	,842
aitem18	114,47	97,006	,510	,838
aitem19	114,11	95,848	,511	,838
aitem20	113,95	101,269	,221	,845
aitem21	114,54	100,898	,150	,848
aitem22	114,94	101,284	,146	,847
aitem23	113,99	99,214	,286	,844
aitem24	114,71	99,506	,292	,843
aitem25	114,34	101,250	,200	,845
aitem26	114,20	97,614	,512	,839
aitem27	114,34	96,940	,549	,838
aitem28	114,54	98,209	,371	,841
aitem29	114,36	99,469	,338	,842
aitem30	114,13	98,805	,430	,841
aitem31	114,19	98,228	,493	,839

aitem32	114,00	98,492	,484	,840
aitem33	115,11	99,918	,198	,847
aitem34	114,00	97,462	,478	,839
aitem35	114,11	100,098	,373	,842
aitem36	114,05	100,877	,258	,844
aitem37	115,16	100,946	,136	,848
aitem38	114,52	96,745	,440	,840
aitem39	114,22	99,776	,337	,843
aitem40	114,11	98,322	,416	,841
aitem41	114,48	97,067	,404	,841

### 3. Perilaku Konsumtif

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,339	26

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem1	62,31	18,221	-,016	,353
aitem2	63,27	17,484	,100	,325
aitem3	62,31	20,429	-,371	,423
aitem4	63,01	16,943	,189	,302
aitem5	62,19	18,317	-,026	,354
aitem6	62,91	16,591	,247	,287
aitem7	62,54	18,610	-,076	,366
aitem8	62,85	16,248	,328	,268
aitem9	63,36	17,287	,153	,313
aitem10	62,50	18,104	,005	,348
aitem11	62,52	17,468	,108	,323
aitem12	62,04	18,584	-,071	,364
aitem13	62,47	18,203	,028	,340
aitem14	62,51	17,575	,093	,327
aitem15	62,14	19,837	-,269	,407
aitem16	63,14	17,492	,139	,317
aitem17	62,87	17,536	,113	,322
aitem18	63,17	17,114	,162	,309
aitem19	63,13	16,381	,379	,266
aitem20	63,20	17,151	,159	,310
aitem21	63,35	16,837	,234	,293
aitem22	62,17	19,633	-,243	,398
aitem23	62,76	16,964	,178	,305
aitem24	63,13	16,404	,334	,271
aitem25	62,92	17,445	,145	,316
aitem26	62,63	17,230	,171	,309

## Lampiran 4 Tabulasi Data

## a. Literasi Ekonomi

1	4	3	4	2	2	4	4	23	Rendah
2	4	4	4	4	3	1	4	24	Rendah
3	4	4	1	4	4	1	4	22	Rendah
4	4	2	4	4	4	1	3	22	Rendah
5	4	4	4	4	4	1	4	25	Rendah
6	4	2	3	2	3	1	4	19	Rendah
7	4	2	1	4	4	2	4	21	Rendah
8	4	2	1	4	3	1	2	17	Rendah
9	4	4	4	4	2	3	3	24	Rendah
10	4	4	4	4	3	4	2	25	Rendah
11	4	3	1	4	1	2	4	19	Rendah
12	4	4	1	4	4	1	4	22	Rendah
13	4	4	1	1	1	3	4	18	Rendah
14	4	3	1	4	1	1	3	17	Rendah
15	4	2	2	4	3	2	3	20	Rendah
16	4	2	4	4	4	1	4	23	Rendah
17	4	2	4	4	2	1	4	21	Rendah
18	4	4	4	4	1	4	4	25	Rendah
19	1	2	4	2	3	1	2	15	Rendah
20	4	4	4	2	3	1	4	22	Rendah
21	4	2	4	4	3	2	4	23	Rendah
22	4	2	3	2	3	3	2	19	Rendah
23	4	4	1	4	4	1	4	22	Rendah
24	4	2	1	1	1	3	4	16	Rendah
25	4	2	1	4	4	3	4	22	Rendah
26	4	2	1	2	2	3	4	18	Rendah
27	4	4	1	2	3	4	2	20	Rendah
28	4	4	1	3	4	1	3	20	Rendah
29	4	3	4	4	1	3	1	20	Rendah
30	4	4	1	2	4	2	3	20	Rendah
31	4	4	4	4	4	3	3	26	Rendah
32	4	4	4	4	3	1	3	23	Rendah



33	4	3	4	4	1	4	3
34	4	2	1	4	4	1	3
35	4	2	1	2	4	2	3
36	4	2	1	4	4	3	2
37	4	3	4	4	4	2	3
38	3	2	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	3	4
40	2	1	2	1	3	3	4
41	4	3	4	4	2	4	4
42	4	3	1	4	4	2	4
43	4	4	1	3	4	1	4
44	4	3	4	4	4	1	3
45	4	4	1	4	4	4	3
46	4	2	4	4	3	2	3
47	4	2	1	2	4	1	3
48	4	2	2	4	2	3	2
49	2	4	1	4	2	4	3
50	4	2	4	4	3	4	3
51	4	4	4	4	4	4	2
52	4	4	4	4	3	2	4
53	4	2	4	4	4	4	3
54	4	4	1	4	4	3	4
55	4	4	3	4	2	3	1
56	4	4	4	4	2	4	4
57	4	4	1	4	3	1	4
58	4	3	1	2	4	3	4
59	4	2	1	3	2	4	3
60	3	2	4	4	1	1	4
61	3	4	1	4	2	1	4
62	4	4	1	4	4	3	4
63	4	4	1	4	4	4	3
64	4	4	2	4	4	1	4
65	4	2	1	4	1	2	4
66	4	2	4	4	3	3	4
67	4	4	1	2	4	1	4
68	4	3	1	4	4	1	4
69	4	4	4	4	4	4	3
70	4	4	4	4	4	1	3

23 Rendah

19 Rendah

18 Rendah

20 Rendah

24 Rendah

25 Rendah

27 Rendah

16 Rendah

25 Rendah

22 Rendah

21 Rendah

23 Rendah

24 Rendah

22 Rendah

17 Rendah

19 Rendah

20 Rendah

24 Rendah

26 Rendah

25 Rendah

25 Rendah

24 Rendah

21 Rendah

26 Rendah

21 Rendah

21 Rendah

19 Rendah

19 Rendah

19 Rendah

24 Rendah

24 Rendah

23 Rendah

18 Rendah

24 Rendah

20 Rendah

21 Rendah

27 Rendah

24 Rendah

71	4	2	1	4	4	1	3	19	Rendah
72	4	3	4	4	4	3	2	24	Rendah
73	4	2	1	2	1	1	3	14	Rendah
74	4	4	4	4	3	4	4	27	Rendah
75	4	4	3	2	4	1	4	22	Rendah
76	4	4	1	3	3	2	2	19	Rendah
77	4	2	4	4	2	1	3	20	Rendah
78	4	4	4	1	3	4	2	22	Rendah
79	4	4	4	4	3	4	2	25	Rendah
80	4	4	4	4	3	1	2	22	Rendah
81	4	3	1	1	3	2	3	17	Rendah
82	4	3	1	1	2	4	3	18	Rendah
83	4	4	1	4	4	1	3	21	Rendah
84	4	4	1	4	1	1	4	19	Rendah
85	4	4	4	4	4	4	4	28	Rendah
86	3	2	1	3	4	1	3	17	Rendah
87	4	2	4	3	4	1	4	22	Rendah
88	4	2	1	4	1	2	4	18	Rendah
89	4	4	4	3	3	4	4	26	Rendah
90	3	3	4	4	1	1	3	19	Rendah
91	4	4	4	4	4	1	4	25	Rendah
92	4	2	1	4	4	1	3	19	Rendah
93	4	2	4	2	3	4	4	23	Rendah
94	4	4	1	4	3	2	2	20	Rendah
95	4	4	3	3	1	3	3	21	Rendah
96	4	2	1	4	4	4	3	22	Rendah
97	4	2	4	2	4	4	4	24	Rendah
98	4	2	1	4	4	4	4	23	Rendah
99	4	2	4	4	4	1	4	23	Rendah
100	4	2	1	4	1	1	2	15	Rendah
101	4	4	4	4	2	2	4	24	Rendah
102	4	3	1	4	2	2	4	20	Rendah
103	4	4	1	4	3	3	4	23	Rendah
104	2	4	4	4	4	3	2	23	Rendah
105	4	2	4	4	3	1	1	19	Rendah
106	4	2	1	2	2	1	3	15	Rendah
107	2	4	4	4	3	4	3	24	Rendah
108	4	3	1	4	2	3	4	21	Rendah

109	4	4	1	4	2	1	4	20	Rendah
110	4	2	4	4	4	2	4	24	Rendah
111	4	4	4	4	4	1	3	24	Rendah
112	4	2	1	4	4	1	3	19	Rendah
113	4	3	1	2	2	2	4	18	Rendah
114	4	4	4	4	1	3	4	24	Rendah
115	4	2	1	4	4	3	4	22	Rendah
116	4	4	4	4	1	1	3	21	Rendah
117	4	4	1	4	1	2	3	19	Rendah
118	4	4	1	4	1	3	3	20	Rendah
119	4	4	3	4	4	2	3	24	Rendah
120	4	3	1	4	2	1	4	19	Rendah
121	4	4	4	4	4	4	2	26	Rendah
122	4	4	1	4	3	1	1	18	Rendah
123	4	2	4	4	4	1	4	23	Rendah
124	4	2	1	4	2	3	4	20	Rendah
125	4	2	4	4	4	2	3	23	Rendah
126	4	2	2	4	4	4	3	23	Rendah
127	4	4	1	2	2	3	4	20	Rendah
128	4	4	1	4	4	1	2	20	Rendah
129	4	2	4	2	4	2	3	21	Rendah
130	4	4	1	1	3	4	4	21	Rendah
131	4	4	4	4	3	3	3	25	Rendah
132	4	4	4	3	4	1	2	22	Rendah
133	4	2	1	4	2	1	4	18	Rendah
134	4	4	4	4	4	3	4	27	Rendah
135	4	4	1	4	3	1	4	21	Rendah
136	4	4	4	4	4	2	2	24	Rendah
137	4	3	4	4	3	4	4	26	Rendah
138	4	2	4	1	1	2	1	15	Rendah
139	4	2	4	3	2	1	1	17	Rendah
140	4	4	2	3	4	4	3	24	Rendah
141	3	4	1	4	3	4	1	20	Rendah
142	4	2	1	4	1	4	3	19	Rendah
143	4	2	1	4	4	1	3	19	Rendah
144	4	2	4	4	2	1	4	21	Rendah
145	1	2	1	2	3	1	3	13	Rendah
146	4	2	1	4	2	2	4	19	Rendah

147	4	4	4	4	1	3	1
148	4	4	4	4	4	2	3
149	4	4	3	4	4	1	1
150	4	4	4	4	1	3	1
151	4	4	4	4	1	4	4
152	4	3	3	4	3	3	4
153	4	2	4	4	2	1	4
154	4	4	4	4	1	1	4
155	4	4	1	4	4	4	4
156	4	4	1	2	4	4	4
157	4	2	1	4	2	2	1
158	4	2	1	3	4	1	4
159	4	3	4	2	4	4	2
160	4	2	1	4	4	1	4
161	4	2	1	4	4	1	3
162	4	4	1	3	1	3	2
163	4	2	1	2	3	1	2
164	4	4	2	2	2	3	3
165	4	4	4	4	4	1	4
166	4	2	4	4	2	1	3
167	4	4	4	4	3	3	3
168	4	2	1	4	1	4	3
169	4	3	4	4	2	4	4
170	4	2	1	3	4	4	4
171	4	4	4	4	3	2	4
172	4	3	4	4	3	2	4
173	4	2	4	4	2	3	3
174	4	4	3	4	4	4	4
175	4	4	2	4	1	3	3
176	4	2	4	3	1	3	3
177	4	4	1	4	2	1	4
178	4	2	1	4	1	3	3
179	4	4	4	4	3	1	4
180	4	2	4	4	4	4	4
181	4	2	4	4	4	2	4
182	4	2	1	4	4	1	3
183	4	2	1	4	4	1	4
184	4	3	4	4	3	1	4

21 Rendah  
25 Rendah  
21 Rendah  
21 Rendah  
25 Rendah  
24 Rendah  
21 Rendah  
22 Rendah  
25 Rendah  
23 Rendah  
16 Rendah  
19 Rendah  
23 Rendah  
20 Rendah  
19 Rendah  
18 Rendah  
15 Rendah  
20 Rendah  
25 Rendah  
20 Rendah  
25 Rendah  
19 Rendah  
25 Rendah  
22 Rendah  
25 Rendah  
24 Rendah  
22 Rendah  
27 Rendah  
21 Rendah  
20 Rendah  
20 Rendah  
18 Rendah  
24 Rendah  
26 Rendah  
24 Rendah  
19 Rendah  
20 Rendah  
23 Rendah

185	4	2	1	2	4	3	3	19	Rendah
186	4	3	4	4	2	3	2	22	Rendah
187	4	2	1	3	4	3	2	19	Rendah
188	4	4	1	4	4	2	4	23	Rendah
189	3	2	3	4	2	4	4	22	Rendah
190	4	3	4	4	4	1	3	23	Rendah
191	4	4	1	4	4	4	3	24	Rendah
192	4	4	1	4	2	2	2	19	Rendah
193	4	4	1	4	2	4	4	23	Rendah
194	4	4	4	4	3	2	3	24	Rendah
195	4	2	2	4	3	1	4	20	Rendah
196	4	4	1	4	4	4	2	23	Rendah
197	4	2	1	2	3	3	4	19	Rendah
198	4	4	1	4	4	3	4	24	Rendah
199	4	4	1	4	2	3	3	21	Rendah
200	3	2	1	4	3	2	4	19	Rendah
201	4	4	4	2	2	1	3	20	Rendah
202	4	2	4	4	1	3	4	22	Rendah
203	4	2	4	4	2	1	4	21	Rendah
204	4	4	1	4	2	1	3	19	Rendah
205	4	4	2	4	1	2	4	21	Rendah
206	4	2	4	1	4	3	4	22	Rendah
207	3	4	1	4	4	2	3	21	Rendah
208	4	2	4	4	2	3	3	22	Rendah
209	4	4	4	4	4	4	3	27	Rendah
210	4	4	1	4	3	4	3	23	Rendah
211	4	2	1	2	2	3	3	17	Rendah
212	4	2	4	2	4	4	3	23	Rendah
213	4	4	1	4	4	3	3	23	Rendah
214	4	4	1	1	4	2	4	20	Rendah
215	4	3	4	2	2	2	4	21	Rendah
216	3	3	1	1	3	3	3	17	Rendah
217	3	2	1	3	4	1	4	18	Rendah
218	4	2	3	4	4	1	3	21	Rendah
219	4	4	1	4	2	4	4	23	Rendah
220	4	2	1	4	4	2	4	21	Rendah
221	4	3	1	4	1	1	4	18	Rendah
222	4	4	4	4	4	3	4	27	Rendah

223	3	2	4	4	4	1	4
224	4	2	4	4	3	2	4
225	3	4	1	4	4	3	4
226	4	2	1	4	2	1	3
227	3	4	1	4	3	1	2
228	2	2	4	3	4	2	3
229	1	2	4	1	4	2	3
230	1	2	4	2	3	1	3
231	4	2	3	2	3	3	2
232	4	2	4	4	1	1	2
233	4	2	2	4	3	4	4
234	4	4	4	4	4	3	4
235	4	3	4	4	4	1	2
236	3	4	4	1	4	4	3
237	4	2	4	3	2	4	3
238	4	2	1	2	3	1	3
239	4	2	4	4	2	4	2
240	4	2	4	4	4	1	4
241	4	2	4	4	3	1	3
242	4	3	3	4	3	2	4
243	4	4	4	4	2	4	4
244	4	3	1	4	3	4	2
245	4	1	2	4	3	3	1
246	4	2	1	4	1	4	4
247	4	2	1	3	3	1	4
248	2	3	1	4	4	2	4
249	4	4	4	2	4	1	2
250	3	2	4	3	4	4	2
251	4	2	1	4	3	3	4
252	4	2	3	4	4	3	4
253	4	4	4	4	4	4	3
254	3	2	1	2	1	2	2
255	4	4	3	4	4	3	3
256	1	3	1	4	4	2	4
257	4	3	4	4	4	4	2
258	3	4	1	4	2	1	3
259	3	4	3	4	3	3	4
260	4	3	1	4	2	3	4

22 Rendah

23 Rendah

23 Rendah

17 Rendah

18 Rendah

20 Rendah

17 Rendah

16 Rendah

19 Rendah

18 Rendah

23 Rendah

27 Rendah

22 Rendah

23 Rendah

22 Rendah

16 Rendah

22 Rendah

23 Rendah

21 Rendah

23 Rendah

26 Rendah

21 Rendah

18 Rendah

20 Rendah

18 Rendah

20 Rendah

21 Rendah

22 Rendah

21 Rendah

24 Rendah

27 Rendah

13 Rendah

25 Rendah

19 Rendah

25 Rendah

18 Rendah

24 Rendah

21 Rendah

261	4	1	1	2	2	2	3	15	Rendah
262	4	2	1	2	3	4	4	20	Rendah
263	4	4	4	4	3	4	4	27	Rendah
264	4	2	1	4	4	4	4	23	Rendah
265	4	3	1	3	4	1	4	20	Rendah
266	4	3	1	4	2	1	4	19	Rendah
267	4	4	1	4	3	2	2	20	Rendah
268	3	2	1	2	2	3	2	15	Rendah
269	4	4	1	4	3	4	4	24	Rendah
270	4	4	1	4	4	1	3	21	Rendah
271	4	4	4	4	3	3	4	26	Rendah
272	4	4	4	4	3	3	4	26	Rendah
273	4	4	4	3	4	1	3	23	Rendah
274	4	4	1	4	4	2	4	23	Rendah
275	1	2	4	4	4	2	4	21	Rendah
276	3	2	1	2	4	4	4	20	Rendah
277	4	4	4	4	3	4	4	27	Rendah
278	4	2	1	4	1	3	3	18	Rendah
279	4	2	1	4	4	1	3	19	Rendah
280	4	4	4	4	4	1	4	25	Rendah
281	3	4	1	2	4	1	4	19	Rendah
282	4	4	1	4	3	3	2	21	Rendah
283	4	4	4	4	2	2	3	23	Rendah
284	4	4	4	4	3	1	3	23	Rendah
285	4	3	1	4	4	1	4	21	Rendah
286	4	4	2	2	3	2	4	21	Rendah
287	4	2	1	1	4	4	4	20	Rendah
288	4	2	1	4	3	2	4	20	Rendah
289	4	4	3	4	1	3	4	23	Rendah
290	4	4	1	2	4	1	3	19	Rendah
291	4	4	1	2	2	2	4	19	Rendah
292	4	4	1	4	4	4	4	25	Rendah
293	4	4	4	4	3	2	4	25	Rendah
294	4	4	4	4	4	4	4	28	Rendah
295	4	3	1	4	4	2	4	22	Rendah
296	4	2	4	1	4	2	3	20	Rendah
297	3	3	1	4	4	1	2	18	Rendah
298	4	4	2	2	2	3	3	20	Rendah

299	4	4	4	4	3	3	2
300	4	3	4	3	2	3	2

24 Rendah

21 Rendah





27	4	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	1	116	Sedang		
28	2	3	1	3	3	4	2	2	1	3	3	4	1	4	3	2	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	110	Tinggi		
29	4	4	4	4	4	4	1	3	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	1	1	1	4	3	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	1	1	105	Tinggi		
30	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	112	Sedang		
31	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	123	Sedang		
32	3	3	2	3	2	4	1	1	2	3	2	2	2	1	3	2	4	3	2	3	2	1	3	1	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	3	1	1	3	3	2	97	Sedang	
33	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	4	2	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	113	Sedang		
34	4	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	104	Rendah
35	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	1	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	120	Tinggi		
36	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	107	Sedang	
37	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	110	Sedang
38	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	118	Sedang
39	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	120	Sedang	
40	3	4	2	2	2	4	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	1	1	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	118	Sedang	
41	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	122	Sedang		
42	4	3	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	1	2	4	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	4	3	4	2	2	3	4	4	121	Tinggi		
43	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	2	4	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	1	2	3	4	4	118	Sedang		
44	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	108	Sedang	
45	3	4	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	1	1	1	1	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	2	3	98	Sedang		
46	4	3	2	4	3	3	1	4	4	3	4	4	1	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	136	Tinggi		
47	3	4	2	2	2	4	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	1	1	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	118	Sedang		
48	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	122	Sedang		
49	4	3	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	1	2	4	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	4	3	4	2	2	3	4	4	121	Tinggi		
50	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	2	4	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	1	2	3	4	4	118	Tinggi		
51	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	108	Sedang		
52	3	4	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	1	1	1	1	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	2	3	98	Sedang		
53	4	3	2	4	3	3	1	4	4	3	4	4	1	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	136	Tinggi		

54	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	113	Sedang	
55	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93	Sedang
56	4	3	4	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	110	Sedang	
57	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	4	4	2	3	2	4	4	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	124	Tinggi
58	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	117	Sedang	
59	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	122	Sedang	
60	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	4	4	1	3	2	4	2	2	3	4	1	3	2	3	3	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	115	Tinggi	
61	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	120	Sedang	
62	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	116	Sedang	
63	4	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	1	3	4	1	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	1	3	127	Sedang		
64	4	4	3	4	3	4	2	4	2	3	3	4	1	3	4	2	3	3	1	4	2	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	128	Tinggi	
65	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	128	Tinggi		
66	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	116	Sedang		
67	4	3	3	4	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3	4	4	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	1	3	4	4	3	120	Tinggi	
68	4	4	4	4	2	4	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	1	3	4	4	1	1	4	3	3	121	Sedang		
69	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	2	2	3	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	4	4	123	Sedang	
70	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	S3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	123	Sedang		
71	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	120	Sedang
72	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	2	3	4	3	116	Sedang	
73	3	2	3	3	1	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	2	3	2	4	4	122	Sedang		
74	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	1	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	133	Sedang		
75	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	120	Sedang
76	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	134	Tinggi		
77	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	2	3	1	3	3	2	2	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	122	Tinggi	
78	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	3	4	4	4	122	Tinggi		
79	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	3	3	2	3	3	4	4	128	Sedang		
80	4	4	2	4	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	119	Sedang		

81	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	2	3	3	3	110	Rendah		
82	3	4	3	3	2	3	1	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3	3	2	110	Sedang	
83	4	4	1	4	1	3	1	4	4	4	3	4	1	3	4	1	2	4	4	4	4	1	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	3	4	131	Tinggi	
84	3	3	3	3	2	4	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	116	Sedang	
85	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	1	3	3	4	3	119	Sedang	
86	3	3	2	3	2	4	2	2	1	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	2	3	4	2	3	111	Sedang	
87	4	3	2	4	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	3	3	4	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	2	110	Sedang	
88	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	4	3	3	1	2	3	4	3	128	Tinggi	
89	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	123	Sedang
90	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	122	Sedang	
91	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	115	Sedang
92	3	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	111	Sedang	
93	3	3	3	2	2	4	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	2	3	3	3	3	110	Sedang	
94	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	114	Sedang	
95	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	1	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	1	4	3	3	2	2	2	3	2	115	Sedang	
96	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	119	Tinggi	
97	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	109	Sedang	
98	3	3	4	4	2	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	110	Sedang
99	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	1	2	3	4	2	108	Sedang	
100	3	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	3	2	1	1	3	2	2	1	4	2	2	3	2	3	3	2	4	2	3	2	3	1	2	2	3	1	1	4	1	1	89	Sedang	
101	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	3	3	2	100	Sedang	
102	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	119	Sedang	
103	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	1	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	133	Tinggi
104	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	135	Tinggi	
105	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	134	Tinggi
106	4	2	3	3	1	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	1	1	4	1	2	2	4	3	3	1	4	3	4	3	3	4	3	3	3	1	117	Tinggi	
107	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	112	Sedang	

108	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	4	2	114	Sedang				
109	2	3	2	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	4	3	1	2	3	2	3	109	Sedang			
110	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	1	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	3	4	3	4	3	129	Tinggi	
111	3	3	3	3	2	4	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	116	Sedang	
112	2	3	3	3	3	3	4	2	1	4	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	2	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	119	Sedang	
113	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	129	Tinggi
114	4	4	4	3	3	4	1	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	4	3	4	146	Tinggi	
115	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	127	Sedang
116	3	3	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	4	4	2	3	1	4	3	3	1	1	3	3	2	106	Sedang		
117	2	3	3	3	3	4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	122	Sedang	
118	2	2	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	109	Sedang		
119	3	3	3	3	1	4	2	1	1	1	1	4	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	1	3	2	2	3	3	4	3	2	1	2	3	4	1	2	4	3	2	98	Sedang		
120	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	113	Sedang	
121	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	107	Sedang		
122	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	113	Sedang		
123	4	4	3	4	2	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	114	Sedang		
124	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	148	Tinggi	
125	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	111	Rendah	
126	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	2	4	3	3	2	131	Tinggi		
127	4	4	3	4	3	4	3	2	2	3	2	4	1	3	3	2	2	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	4	3	120	Tinggi	
128	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	115	Sedang		
129	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	147	Tinggi	
130	4	3	4	4	3	4	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	2	128	Tinggi		
131	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	107	Sedang	
132	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	1	3	4	4	3	134	Tinggi		
133	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	4	112	Sedang			
134	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	2	4	4	3	144	Tinggi			

135	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	1	3	3	3	2	109	Sedang		
136	4	2	3	2	3	3	2	4	1	3	3	4	1	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	1	1	1	3	4	4	3	117	Sedang		
137	4	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	119	Sedang		
138	4	3	2	4	3	4	2	1	2	4	2	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	4	119	Tinggi		
139	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	113	Rendah		
140	3	4	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	118	Sedang		
141	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	4	2	3	2	113	Sedang	
142	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	118	Sedang
143	3	3	3	3	2	4	2	2	1	1	2	4	1	1	4	2	3	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	2	3	3	4	106	Sedang		
144	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	110	Sedang	
145	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	109	Sedang	
146	3	4	3	3	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	111	Sedang		
147	4	4	4	3	3	4	2	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	151	Tinggi
148	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	117	Sedang		
149	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	4	1	1	2	3	2	111	Tinggi		
150	4	4	3	1	3	3	3	3	3	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	3	4	2	1	3	1	2	1	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	1	2	99	Sedang		
151	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	111	Sedang		
152	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	98	Sedang	
153	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	115	Rendah		
154	3	3	4	3	2	4	2	2	1	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	1	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	117	Tinggi		
155	4	4	3	3	1	4	2	2	2	3	3	4	1	3	4	2	3	2	4	4	2	1	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	4	4	2	115	Tinggi		
156	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	122	Sedang		
157	4	3	2	3	3	4	1	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	121	Tinggi		
158	4	4	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	1	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	1	3	4	4	124	Sedang		
159	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	4	2	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	121	Sedang			
160	4	4	4	4	2	4	2	1	1	3	3	2	1	4	4	2	1	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	3	3	2	3	3	1	4	4	2	1	1	1	1	2	102	Tinggi		
161	4	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	1	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	120	Tinggi		

162	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	
163	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2
164	2	3	3	3	3	3	4	2	1	4	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	2	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3
165	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	3	4	3	2	
166	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	4	3	
167	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	1	4	4	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	
168	3	3	3	3	2	4	3	2	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	4	2	3	3	3	1	1	3	3	3	1	2	3	4	1	2	3	
169	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3		
170	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	
171	4	3	3	3	1	3	4	4	3	4	3	3	1	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	
172	2	3	2	2	2	4	1	2	2	4	3	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	4	
173	4	3	4	4	2	4	3	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	1	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	3	1	4	3	4	2	3	2	
174	4	4	3	3	2	2	2	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	1	1	4	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	
175	4	3	3	2	1	4	1	4	1	1	3	4	1	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	
176	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	4	
177	3	3	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	1	1	3	2	
178	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
179	4	4	3	2	2	4	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	1	3	4	4	1	4	4	
180	3	2	2	4	2	4	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	1	1	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	1	2	3	2	
181	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	1	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	
182	3	3	3	4	3	4	2	2	1	3	2	4	2	3	3	1	2	2	4	3	4	1	4	2	2	3	2	2	3	4	3	3	2	4	3	4	2	4	3	
183	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	
184	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	
185	4	4	4	4	3	4	1	4	2	4	3	4	1	3	4	2	2	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	
186	4	4	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	
187	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	
188	4	3	3	2	3	4	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	

189	4	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	3	1	2	4	3	2	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	118	Tinggi	
190	4	2	2	4	2	4	3	4	2	3	2	3	1	1	3	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	3	4	2	1	3	4	4	1	4	3	3	1	2	1	4	2	110	Sedang		
191	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	124	Sedang		
192	4	4	4	3	2	4	1	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	1	3	4	2	2	3	4	4	2	122	Sedang		
193	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	4	2	109	Sedang		
194	3	3	3	3	3	4	3	2	1	4	3	4	1	3	4	3	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	129	Tinggi		
195	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	115	Sedang		
196	4	4	3	3	1	3	1	3	2	4	2	3	3	4	4	1	3	3	4	3	4	3	4	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	4	2	116	Tinggi
197	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	3	135	Sedang		
198	4	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	131	Sedang		
199	3	2	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	112	Sedang		
200	4	3	2	2	2	4	1	4	3	3	3	3	2	2	4	2	2	2	4	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	114	Sedang		
201	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	118	Sedang	
202	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	146	Tinggi
203	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	112	Sedang	
204	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	1	2	4	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	123	Tinggi		
205	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	121	Sedang		
206	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	1	4	3	3	4	4	3	3	2	118	Sedang		
207	2	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	2	3	128	Sedang		
208	3	3	2	2	3	4	3	3	2	4	4	4	1	3	4	2	3	2	3	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	4	2	4	4	4	1	3	4	4	2	123	Tinggi		
209	4	4	3	3	3	3	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	2	4	3	3	105	Sedang		
210	3	3	4	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	114	Sedang		
211	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	118	Sedang		
212	4	3	3	4	3	4	2	2	1	2	3	4	1	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	1	4	3	3	1	3	3	4	2	117	Tinggi			
213	3	2	2	3	2	4	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	94	Sedang	
214	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	2	3	3	3	3	132	Tinggi			
215	2	3	3	3	2	4	3	3	1	3	2	3	1	2	2	12	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	118	Sedang		



216	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	112	Sedang	
217	4	2	2	3	3	4	1	3	2	4	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	2	3	3	3	2	105	Sedang	
218	4	3	3	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	3	2	3	1	109	Sedang
219	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	3	2	115	Sedang	
220	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	110	Sedang	
221	4	3	1	3	4	4	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	122	Sedang	
222	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	2	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	112	Sedang	
223	4	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	123	Sedang	
224	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	124	Sedang	
225	3	3	1	2	2	1	1	4	4	1	1	2	4	3	2	1	4	4	1	3	3	1	3	3	4	2	3	4	4	1	2	1	3	3	2	4	4	3	3	3	4	107	Sedang		
226	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	1	3	3	3	1	113	Sedang		
227	1	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	1	3	4	2	2	3	4	4	2	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	118	Sedang
228	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	116	Sedang	
229	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	1	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	1	3	4	4	3	139	Tinggi	
230	3	3	4	3	3	4	2	3	3	1	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	123	Sedang
231	2	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	114	Sedang
232	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	122	Sedang
233	1	3	4	4	3	4	2	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	1	4	2	3	2	1	4	1	1	1	4	2	2	3	4	1	1	3	3	2	2	3	2	2	108	Tinggi		
234	3	3	2	4	2	4	2	2	4	3	2	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	1	3	3	4	2	3	3	3	2	112	Tinggi	
235	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	108	Sedang	
236	3	3	4	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	128	Sedang	
237	4	3	3	4	3	3	4	2	1	3	3	4	1	3	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	121	Tinggi	
238	4	1	2	4	3	4	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	112	Sedang		
239	3	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	1	2	3	4	3	115	Sedang		
240	4	4	4	4	2	4	2	3	2	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	1	4	3	4	1	3	4	4	4	137	Tinggi		
241	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	113	Sedang		
242	3	2	2	3	2	4	3	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	97	Sedang		

243	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	119	Sedang
244	4	2	3	4	3	4	1	4	4	2	1	4	4	2	4	3	4	2	2	3	4	1	1	3	2	1	1	4	3	3	3	2	2	3	4	4	1	1	3	2	2	110	Tinggi	
245	3	2	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	1	110	Sedang	
246	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	2	4	1	3	4	2	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	119	Tinggi	
247	3	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	106	Sedang	
248	4	4	4	4	1	4	1	1	1	3	2	4	1	1	4	2	2	2	2	4	3	1	2	2	4	3	2	2	2	1	2	3	1	2	2	4	1	2	3	3	1	97	Tinggi	
249	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	4	2	4	3	3	2	117	Sedang	
250	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	116	Sedang	
251	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	118	Sedang	
252	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	1	3	3	3	2	4	3	4	4	140	Tinggi	
253	4	2	3	3	1	4	2	3	2	3	4	4	1	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	1	4	3	4	1	3	4	3	4	122	Tinggi	
254	3	2	2	3	2	4	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	1	2	3	3	2	103	Sedang	
255	3	3	3	3	2	4	2	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	113	Sedang	
256	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	1	2	3	4	2	104	Sedang	
257	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	127	Sedang	
258	4	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	1	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	4	3	2	124	Tinggi	
259	4	3	2	3	3	4	2	4	2	2	2	4	3	3	1	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	1	3	3	3	2	113	Tinggi	
260	4	4	2	2	1	4	3	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	3	4	4	2	2	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	128	Tinggi	
261	4	3	3	3	3	4	2	3	1	3	2	4	1	3	1	2	2	3	3	4	1	3	4	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	4	1	1	3	3	2	109	Sedang	
262	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	113	Sedang	
263	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	154	Tinggi	
264	3	2	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	2	112	Sedang	
265	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	3	1	2	4	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	115	Sedang	
266	4	2	2	2	3	4	1	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	109	Sedang	
267	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	116	Sedang	
268	3	4	3	3	1	4	2	4	3	2	3	4	2	2	3	1	3	2	2	4	2	1	4	2	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	1	1	4	3	3	118	Sedang	
269	4	3	3	4	1	4	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	2	112	Sedang	

270	2	3	2	3	4	4	1	3	1	3	2	4	1	2	4	2	3	3	3	4	2	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	1	3	3	4	3	3	3	4	2	120	Tinggi	
271	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	113	Sedang	
272	4	4	3	4	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	116	Sedang	
273	4	2	2	4	1	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	112	Sedang
274	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120	Rendah
275	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	3	4	134	Tinggi	
276	3	2	4	4	3	4	2	1	1	1	3	3	1	2	4	3	2	2	1	4	2	1	3	2	3	1	1	1	2	3	3	3	4	4	3	2	1	1	2	2	1	95	Tinggi	
277	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	117	Sedang
278	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	112	Rendah
279	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	105	Sedang	
280	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	114	Sedang
281	3	3	3	4	2	4	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	2	3	3	3	3	115	Sedang	
282	4	3	3	4	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	120	Sedang	
283	3	3	3	3	1	4	4	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	1	1	2	3	2	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	2	118	Sedang	
284	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	3	3	3	140	Tinggi	
285	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	113	Sedang		
286	4	3	3	3	2	4	4	2	2	2	4	3	1	3	3	2	1	4	4	3	2	2	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	4	1	1	4	4	1	116	Tinggi	
287	4	3	4	4	3	4	1	2	3	2	1	4	1	1	4	3	4	3	4	4	3	1	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	1	3	3	4	1	1	2	3	1	113	Tinggi	
288	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	125	Sedang	
289	4	2	4	4	1	1	4	3	2	2	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	1	4	4	4	1	3	3	4	4	135	Tinggi	
290	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	105	Sedang	
291	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	4	2	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	123	Sedang	
292	3	2	3	4	2	3	1	3	1	3	3	4	1	2	4	2	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	113	Tinggi	
293	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	109	Sedang	
294	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	105	Sedang		
295	4	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	1	2	3	3	3	119	Sedang	
296	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	121	Sedang	

297	1	4	3	4	2	1	1	3	3	2	4	4	1	2	4	1	4	4	4	4	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	2	4	2	116	Tinggi	
298	4	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	1	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	120	Sedang	
299	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	4	1	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	119	Sedang	
300	3	3	3	4	3	4	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	121	Sedang

## c. Perilaku Konsumtif

1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	67	Sedang			
2	4	2	3	2	3	2	3	2	1	2	3	4	3	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	3	59	Sedang			
3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	68	Sedang			
4	3	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	3	3	3	1	2	2	2	1	1	3	3	3	3	66	Sedang			
5	3	2	3	2	3	4	1	4	2	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	73	Sedang			
6	3	2	3	2	4	2	2	2	1	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	61	Tinggi		
7	3	2	2	3	4	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	66	Rendah		
8	4	3	1	4	3	4	3	4	2	3	1	3	3	3	3	1	4	4	3	3	2	2	1	4	4	3	3	75	Tinggi	
9	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	63	Rendah		
10	3	1	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	3	4	2	2	2	1	61	Sedang		
11	3	2	3	2	3	3	4	3	2	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	67	Sedang	
12	3	2	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	1	2	2	2	1	1	4	4	2	76	Tinggi
13	3	2	3	2	4	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	3	3	2	3	3	61	Tinggi	
14	4	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	2	4	2	2	65	Rendah	
15	3	1	3	2	4	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	3	68	Sedang
16	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	62	Sedang	
17	4	2	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	72	Sedang	
18	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2	2	3	1	3	3	4	3	2	3	70	Tinggi		
19	3	2	4	2	2	2	2	2	1	3	3	1	3	2	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	59	Tinggi		
20	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	62	Sedang		
21	3	2	4	2	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	1	2	3	68	Sedang		
22	2	1	4	2	2	1	4	1	3	3	3	4	2	3	4	3	1	2	2	1	1	4	3	2	2	3	63	Tinggi		
23	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	69	Sedang		
24	4	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	4	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	67	Sedang		
25	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	64	Sedang		
26	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	73	Tinggi		

27	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	3	62	Sedang
28	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	4	1	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	66	Sedang
29	4	1	1	4	2	4	1	4	4	3	3	4	3	3	1	4	4	1	2	3	1	1	4	4	1	1	68	Tinggi
30	3	1	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	3	3	1	4	2	3	4	2	2	2	4	70	Sedang
31	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	66	Sedang
32	2	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	2	2	1	62	Tinggi
33	3	2	3	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	2	1	2	1	3	3	4	3	2	3	3	70	Sedang
34	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	59	Sedang
35	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	64	Sedang
36	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	61	Sedang
37	3	1	4	2	4	2	2	2	1	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	62	Tinggi
38	2	2	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	66	Sedang
39	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	62	Sedang
40	3	3	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	4	3	3	3	70	Sedang
41	3	2	2	3	2	3	2	3	1	3	2	1	4	4	4	2	2	2	2	1	1	4	4	3	2	3	65	Sedang
42	2	2	3	1	3	2	2	2	2	4	3	3	4	2	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	65	Sedang
43	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	67	Sedang
44	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	62	Sedang
45	3	1	3	1	2	1	2	1	3	3	2	4	3	3	4	1	3	4	3	1	3	4	3	3	3	2	66	Sedang
46	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	69	Sedang
47	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	67	Sedang
48	2	2	3	1	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	4	1	3	1	3	3	3	64	Sedang
49	3	1	4	3	3	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	4	2	2	1	3	4	2	1	3	64	Tinggi
50	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	68	Sedang
51	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	64	Sedang
52	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	2	3	68	Sedang
53	3	1	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2	2	3	66	Tinggi

54	2	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	4	2	2	4	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	64	Sedang
55	3	1	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	84	Tinggi
56	3	1	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	2	1	3	3	2	2	3	3	71	Sedang
57	2	1	4	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	66	Sedang
58	4	2	3	3	3	1	3	1	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	66	Rendah
59	4	1	4	1	3	4	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	1	1	1	1	4	2	1	1	3	62	Sedang
60	4	1	4	1	4	2	3	2	1	2	3	4	3	3	4	2	2	1	1	1	1	4	2	1	1	2	59	Sedang
61	3	3	2	3	4	3	4	3	1	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	71	Sedang
62	3	3	4	2	4	2	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	1	1	3	2	2	2	3	65	Sedang
63	3	1	4	1	3	3	3	3	1	3	2	4	3	3	4	2	3	2	1	1	1	3	2	2	2	2	62	Sedang
64	2	1	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	3	62	Sedang
65	4	1	3	3	3	2	3	2	1	4	2	3	3	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2	3	2	61	Sedang
66	3	1	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	3	4	2	3	2	67	Sedang
67	2	3	3	3	4	4	2	4	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	2	69	Sedang
68	3	1	4	2	4	2	2	2	1	3	2	4	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	2	1	2	2	55	Tinggi
69	2	1	4	1	4	1	3	1	1	3	3	4	2	4	4	2	2	1	1	1	1	4	3	2	3	1	59	Sedang
70	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	4	2	4	1	1	1	1	1	1	4	3	1	2	3	61	Sedang
71	2	1	3	2	3	4	1	4	2	1	3	3	3	4	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	62	Sedang
72	4	1	4	2	4	3	3	3	1	4	3	3	2	3	4	1	1	1	2	2	1	3	2	1	3	2	63	Sedang
73	2	1	4	2	4	1	3	1	1	2	2	4	3	3	4	2	2	4	1	1	1	3	3	2	2	3	61	Tinggi
74	4	4	4	1	3	1	1	1	1	2	3	4	3	3	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	1	56	Sedang
75	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	67	Sedang
76	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	68	Sedang
77	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	68	Tinggi
78	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	67	Sedang
79	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	66	Sedang
80	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	69	Sedang

81	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	61	Sedang
82	4	1	3	2	4	2	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	63	Sedang
83	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	67	Sedang
84	4	1	4	1	3	1	2	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2	1	2	71	Tinggi
85	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	67	Sedang
86	4	3	2	3	4	4	1	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	66	Sedang
87	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	66	Rendah
88	4	1	3	1	3	1	2	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	1	4	3	1	4	3	73	Sedang
89	2	1	4	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	62	Sedang
90	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	61	Sedang
91	3	2	3	2	2	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	1	3	1	3	1	3	4	2	2	3	1	67	Sedang
92	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	63	Tinggi
93	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	4	3	1	2	1	2	3	1	1	2	3	61	Sedang
94	4	3	3	3	3	2	1	2	2	1	2	4	2	4	3	2	3	1	3	2	2	2	3	3	3	2	65	Sedang
95	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	4	4	1	2	4	65	Sedang
96	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	62	Sedang
97	2	1	3	3	3	3	2	3	1	2	2	4	2	3	4	1	2	1	3	3	2	4	3	3	2	2	64	Sedang
98	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	61	Sedang
99	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	72	Sedang
100	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	2	3	65	Sedang
101	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	60	Sedang
102	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	62	Sedang
103	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	66	Sedang
104	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	63	Sedang
105	2	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	71	Tinggi
106	2	2	3	2	4	2	3	2	1	3	3	3	3	2	4	2	2	2	1	2	1	4	3	1	2	3	62	Sedang
107	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	4	2	3	2	1	1	1	3	2	2	3	3	67	Sedang



108	4	4	1	3	3	4	1	4	4	3	2	4	3	3	1	3	1	4	3	3	4	3	4	4	4	3	80	Tinggi
109	4	1	3	2	3	2	3	2	1	3	2	4	3	3	4	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3	58	Sedang
110	2	3	3	2	2	2	3	2	1	4	4	2	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	1	2	3	3	62	Sedang
111	4	3	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	2	2	68	Tinggi
112	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	63	Sedang
113	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	66	Sedang
114	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	66	Sedang
115	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	67	Sedang
116	2	1	4	2	4	2	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	3	3	2	3	65	Sedang
117	1	3	4	1	3	3	3	3	2	2	4	2	3	4	4	2	1	3	3	3	1	4	3	2	3	3	70	Sedang
118	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	63	Sedang
119	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	2	3	3	65	Sedang
120	4	2	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	4	2	1	1	67	Sedang
121	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	67	Rendah
122	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	63	Sedang
123	3	2	2	2	3	1	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	1	3	3	1	2	3	62	Sedang
124	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	65	Sedang
125	4	1	4	1	3	1	2	1	3	2	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	1	3	4	3	70	Sedang
126	4	1	3	2	4	1	4	1	2	2	2	4	3	3	4	2	1	3	3	1	4	3	2	2	3	4	68	Tinggi
127	4	1	3	2	3	1	2	1	2	2	3	3	3	3	4	1	3	1	2	3	3	4	1	1	2	2	60	Sedang
128	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	67	Sedang
129	4	2	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	64	Sedang
130	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	66	Tinggi
131	3	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	65	Tinggi
132	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	70	Sedang
133	2	2	2	2	1	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	62	Sedang
134	4	3	1	1	3	1	3	1	2	4	2	4	3	2	4	2	2	3	3	1	2	4	4	2	1	2	64	Sedang

135	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	61	Sedang	
136	3	1	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	1	3	3	1	2	3	3	64	Tinggi
137	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	71	Tinggi	
138	4	3	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	4	2	3	2	3	65	Rendah
139	3	1	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	62	Rendah
140	2	1	4	1	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	1	2	3	2	3	2	2	2	4	64	Sedang
141	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	62	Sedang
142	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	67	Sedang
143	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	66	Sedang
144	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	63	Tinggi
145	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	68	Tinggi
146	4	3	2	2	3	2	1	2	3	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	67	Sedang
147	4	1	4	1	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	75	Sedang
148	4	2	3	2	4	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	64	Sedang
149	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	1	3	2	3	1	2	2	67	Rendah
150	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	3	63	Sedang
151	3	1	4	1	4	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	4	1	1	3	2	57	Sedang
152	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	3	3	62	Sedang
153	4	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	69	Sedang
154	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	66	Sedang
155	3	3	4	1	3	3	3	3	3	1	2	4	3	4	4	1	1	2	2	1	1	4	3	1	3	3	66	Sedang
156	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	62	Sedang
157	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	71	Sedang
158	4	1	2	4	3	4	1	4	2	2	3	4	2	3	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	74	Tinggi
159	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	61	Tinggi
160	3	2	2	2	3	1	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	1	3	3	1	2	3	62	Sedang
161	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	63	Sedang

162	3	1	4	1	3	1	1	1	1	3	3	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	4	2	1	4	1	55	Sedang	
163	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	69	Sedang	
164	1	4	3	2	3	3	2	3	1	4	4	2	3	3	4	2	1	4	4	3	3	3	4	2	3	3	74	Sedang	
165	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	71	Tinggi	
166	2	1	4	2	3	3	2	3	1	3	1	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	62	Tinggi	
167	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	65	Sedang	
168	2	1	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	2	70	Tinggi	
169	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	63	Tinggi	
170	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	65	Sedang	
171	1	1	4	1	3	1	3	1	2	2	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	62	Tinggi
172	4	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	1	4	2	3	1	2	4	2	2	2	2	69	Sedang	
173	3	2	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	3	66	Tinggi	
174	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	68	Sedang	
175	3	3	1	4	3	1	2	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	1	2	2	2	4	3	2	2	1	69	Sedang	
176	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	72	Sedang	
177	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	66	Tinggi	
178	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	1	2	3	3	3	3	2	2	3	66	Tinggi	
179	4	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	4	3	2	3	1	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	61	Tinggi	
180	3	1	4	1	2	1	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	2	1	1	3	67	Tinggi
181	4	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	4	3	3	4	1	3	3	3	1	2	3	1	2	3	4	69	Sedang	
182	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	69	Sedang	
183	3	2	3	1	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	58	Sedang	
184	4	2	4	2	1	2	3	2	1	4	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	4	2	3	2	2	66	Sedang	
185	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	3	64	Sedang	
186	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	59	Tinggi	
187	4	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	61	Tinggi	
188	3	1	1	4	3	3	2	3	1	1	3	2	3	2	4	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	60	Tinggi	

189	4	4	4	1	2	1	3	3	1	3	2	3	2	2	4	1	3	4	2	1	3	4	4	1	2	2	66	Sedang
190	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	61	Sedang
191	3	3	3	1	2	3	3	3	1	3	3	4	2	2	4	3	1	2	1	1	1	4	3	1	2	2	61	Tinggi
192	1	1	4	1	3	1	2	1	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	59	Tinggi
193	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	3	63	Sedang
194	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	69	Tinggi
195	3	2	4	2	4	1	2	1	3	1	3	4	2	3	4	1	3	1	2	2	1	4	4	3	2	3	65	Tinggi
196	1	2	3	2	4	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	1	2	3	3	4	3	3	3	3	69	Tinggi
197	2	1	4	3	4	2	4	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	3	1	3	2	2	2	65	Tinggi
198	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	72	Tinggi
199	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	69	Tinggi
200	4	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	1	4	2	3	2	3	2	1	3	3	2	2	1	63	Tinggi
201	4	2	3	2	2	2	1	2	1	3	3	4	2	4	4	1	3	2	3	3	1	4	1	3	3	3	66	Tinggi
202	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	66	Sedang
203	2	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	60	Sedang
204	4	2	4	1	3	1	4	1	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	1	3	3	4	3	3	3	67	Sedang
205	3	1	4	1	4	1	4	1	3	3	2	4	4	3	4	2	1	3	2	4	1	3	2	2	2	3	67	Tinggi
206	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	72	Tinggi
207	3	1	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	67	Tinggi
208	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	2	3	3	1	2	1	3	2	2	2	2	61	Tinggi
209	3	2	3	4	3	4	3	4	1	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	2	2	3	72	Tinggi
210	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	69	Tinggi
211	4	1	3	2	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	3	1	3	3	1	4	4	4	2	3	74	Tinggi
212	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	66	Tinggi
213	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	3	2	2	3	65	Tinggi
214	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	63	Sedang
215	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	67	Sedang

216	3	1	3	2	3	2	3	2	1	3	2	4	3	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	62	Tinggi
217	3	2	3	2	3	2	3	2	2	4	3	4	1	2	3	2	2	2	2	1	3	4	2	1	3	63	Tinggi	
218	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	65	Sedang
219	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	69	Tinggi
220	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	1	1	2	2	3	3	2	2	2	64	Sedang
221	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	62	Tinggi
222	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	65	Tinggi
223	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	4	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	65	Tinggi
224	4	2	2	2	3	4	1	4	3	2	4	3	4	3	2	4	2	2	2	2	1	1	3	4	2	1	67	Sedang
225	4	3	2	3	3	3	2	3	1	3	2	4	3	2	4	1	1	3	1	1	1	4	3	1	1	3	62	Tinggi
226	4	1	4	1	3	2	2	2	1	3	3	4	3	2	4	2	2	1	1	2	1	3	2	1	2	3	59	Tinggi
227	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3	3	4	3	2	4	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1	1	59	Sedang
228	3	1	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	3	2	4	2	2	1	2	1	1	4	3	2	2	3	64	Sedang
229	3	3	1	4	3	1	2	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	1	2	2	2	4	3	2	2	1	69	Sedang
230	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	69	Tinggi
231	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	1	2	2	2	2	4	2	2	3	3	66	Sedang
232	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	63	Sedang
233	3	3	3	2	3	4	1	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	3	68	Sedang
234	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	63	Sedang
235	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	1	4	2	4	3	2	2	1	2	2	2	3	1	1	2	2	60	Tinggi
236	4	1	2	4	4	1	4	1	2	2	1	2	2	2	4	4	3	2	3	1	3	3	4	3	3	1	66	Tinggi
237	4	2	3	4	3	3	3	3	1	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	3	1	4	3	3	3	3	76	Sedang
238	3	4	3	3	4	3	4	3	1	4	4	1	3	4	4	1	2	1	2	3	1	4	3	3	3	3	74	Sedang
239	3	2	3	1	4	2	4	2	1	3	3	4	3	3	4	1	3	2	2	1	2	4	2	2	2	3	66	Sedang
240	3	1	4	1	3	1	4	1	1	3	3	4	3	3	4	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	55	Tinggi
241	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	62	Sedang
242	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	62	Sedang

243	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	63	Tinggi
244	3	2	3	2	4	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	67	Sedang
245	4	2	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	76	Sedang
246	3	1	3	2	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	61	Tinggi
247	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	68	Sedang
248	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	65	Tinggi
249	3	1	4	2	3	2	3	2	1	3	3	4	3	3	1	64	Tinggi
250	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	2	3	2	2	4	65	Sedang
251	3	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	4	3	2	4	66	Sedang
252	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	62	Sedang
253	4	3	3	3	2	3	4	3	1	2	3	4	3	2	1	71	Sedang
254	4	1	3	4	2	2	4	2	1	3	2	4	3	4	3	75	Tinggi
255	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	64	Sedang
256	3	3	2	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	69	Sedang
257	1	2	3	3	2	2	3	2	1	3	2	4	3	3	4	68	Tinggi
258	2	1	3	2	3	3	3	3	1	4	3	1	3	3	4	65	Tinggi
259	2	2	3	2	3	1	3	1	2	2	2	3	2	3	1	60	Sedang
260	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	67	Sedang
261	4	4	3	1	2	1	2	3	3	2	3	4	3	4	1	73	Sedang
262	4	1	4	1	3	2	1	2	1	4	3	4	3	3	2	67	Tinggi
263	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	4	2	1	63	Sedang
264	1	1	4	1	4	1	3	1	3	2	2	3	3	2	3	63	Tinggi
265	3	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	4	2	2	3	65	Tinggi
266	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	4	67	Sedang
267	3	2	3	2	4	2	2	2	1	3	3	1	2	4	3	64	Tinggi
268	3	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	64	Tinggi
269	3	1	3	2	4	2	3	2	1	3	3	4	3	3	1	60	Tinggi

270	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	71	Tinggi	
271	3	2	4	1	3	3	3	3	1	2	2	4	3	2	3	2	2	2	1	1	3	2	2	3	2	61	Tinggi	
272	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	65	Sedang	
273	3	1	3	2	3	2	3	2	1	2	4	4	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	66	Tinggi
274	3	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	68	Tinggi
275	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	67	Sedang
276	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	4	2	3	2	3	1	1	1	1	4	2	3	2	3	63	Tinggi
277	4	1	3	2	3	2	4	2	1	2	2	1	4	2	3	1	2	1	1	1	4	2	2	3	2	56	Sedang	
278	3	1	3	2	3	2	3	2	1	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	65	Tinggi	
279	4	2	3	2	3	2	2	2	1	4	2	4	3	3	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	58	Tinggi	
280	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	62	Sedang	
281	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	71	Tinggi	
282	3	1	3	2	3	2	4	2	1	1	3	4	3	4	4	2	3	1	2	2	4	2	1	2	3	64	Tinggi	
283	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	66	Tinggi	
284	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	4	2	2	4	75	Tinggi
285	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	65	Sedang	
286	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	68	Sedang	
287	3	1	4	1	3	3	4	3	1	3	2	4	2	3	4	1	1	1	1	1	4	2	2	3	3	61	Tinggi	
288	4	2	3	4	3	3	4	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	1	1	4	1	4	1	1	2	1	60	Tinggi
s289	3	2	3	2	4	2	3	2	1	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	3	67	Tinggi
290	4	1	4	2	3	2	2	2	1	4	3	4	3	3	4	2	1	1	1	1	4	1	1	2	3	60	Tinggi	
291	2	1	4	1	3	2	3	2	1	2	3	4	3	3	4	2	1	1	1	1	3	4	1	2	3	58	Tinggi	
292	3	3	3	2	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	1	1	2	2	63	Sedang	
293	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	1	4	2	3	4	2	2	1	1	2	1	3	3	2	3	3	58	Sedang
294	4	1	3	3	1	2	3	2	2	4	1	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	62	Rendah	
295	2	2	3	2	1	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	64	Sedang	
296	4	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	66	Tinggi	

297	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	62	Tinggi										
298	2	1	4	3		3	2	2	2		1	3		3	4	3	2	4	2	1	1	1	1	1	4	3			1	1	1	56	Tinggi					
299	3	2	2	3			2	3	2		3			3	4		3	3	2	4	2	3	3	2	2	2			2	2	3			3	2	2	67	Sedang
300	2	2	3	2				3	1		3			1			2	1		3	4	2	3	4	2	2			2	1	1			1	3	3		



## Lampiran 5 Analisis Data

## 1. Regresi Literasi Ekonomi, Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,056 <sup>a</sup>	,003	-,004	1,364

a. Predictors: (Constant), Harga Diri, Literasi Ekonomi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,725	2	,862	,463	,630 <sup>b</sup>
	Residual	552,712	297	1,861		
	Total	554,437	299			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Harga Diri, Literasi Ekonomi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,560	1,579		8,587	,000
	Literasi Ekonomi	-,042	,067	-,036	-,628	,530
	Harga Diri	,022	,030	,043	,749	,454

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Lampiran 6 Sumbangan Efektif

**Correlations**

		Literasi Ekonomi	Harga Diri	Perilaku Konsumtif
Literasi Ekonomi	Pearson Correlation	1	,032	-,035
	Sig. (2-tailed)		,586	,545
	Sum of Squares and Cross-products	408,917	29,467	-16,683
	Covariance	1,368	,099	-,056
	N	300	300	300
Harga Diri	Pearson Correlation	,032	1	,042
	Sig. (2-tailed)	,586		,466
	Sum of Squares and Cross-products	29,467	2127,547	45,907
	Covariance	,099	7,116	,154
	N	300	300	300
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-,035	,042	1
	Sig. (2-tailed)	,545	,466	
	Sum of Squares and Cross-products	-16,683	45,907	554,437
	Covariance	-,056	,154	1,854
	N	300	300	300

## Lampiran 7 Data Responden

<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Fakultas</b>
21	Laki-laki	Psikologi
21	Laki laki	Psikologi
22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Humaniora
21	Laki-laki	Psikologi
22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Psikologi
21	Laki-laki	Psikologi
21	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Psikologi
22	Laki laki	Psikologi
22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Humaniora
22	Laki-laki	Ekonomi
21	Laki-laki	Psikologi
21	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Humaniora
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Sains dan Teknologi

22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki laki	Syari'ah
21	Perempuan	Psikologi
21	perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
19	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
21	Perempuan	Ekonomi
22	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Syari'ah

21	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Psikologi
21	Laki laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Psikologi
22	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
23	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Psikologi
23	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Psikologi
22	Laki-laki	Psikologi
21	Perempuan	Humaniora
21	Laki-laki	Syari'ah
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Syari'ah
22	Laki-laki	Syari'ah
22	Laki-laki	Syari'ah

24	Laki-laki	Syari'ah
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Laki-laki	Ekonomi
20	Perempuan	Psikologi
20	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Ekonomi
21	Laki laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
19	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
20	Laki-laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
21	Perempuan	Humaniora
22	Laki-laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
19	Laki laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
21	Laki-laki	Humaniora
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Laki-laki	Humaniora
23	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Syari'ah
21	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi

21	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
21	Laki-laki	Humaniora
22	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Laki-laki	Psikologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Perempuan	Psikologi
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Psikologi
21	Perempuan	Ekonomi
23	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Psikologi

22	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Humaniora
22	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Ekonomi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Syari'ah
21	Laki-laki	Ekonomi

20	Perempuan	Sains dan Teknologi
23	Laki-laki	Humaniora
21	Laki-laki	Syari'ah
22	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Syari'ah
20	Laki-laki	Psikologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Syari'ah
22	Perempuan	Syari'ah
22	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Laki-laki	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Sains dan Teknologi

21	Laki-Laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
24	Perempuan	Psikologi
24	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Ekonomi
23	Laki-laki	Psikologi
21	Perempuan	Ekonomi
20	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

21	Perempuan	Psikologi
19	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Psikologi
20	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ekonomi
22	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Humaniora
21	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi

21	Laki-laki	Humaniora
21	Perempuan	Humaniora
22	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Ekonomi
20	Laki-laki	Syari'ah
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ekonomi
23	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ekonomi

23	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Humaniora
22	Laki-laki	Ekonomi
23	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Humaniora
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi



23	Laki-laki	Humaniora
21	Perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
22	Perempuan	Ekonomi
20	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Ekonomi
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi

21	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Ekonomi
22	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ekonomi
21	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Laki-laki	Ekonomi
22	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Laki-laki	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

23	Perempuan	Ekonomi
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
23	Laki-laki	Syari'ah
22	Perempuan	Psikologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Laki-laki	Psikologi
21	perempuan	Syari'ah
21	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi

23	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
23	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
23	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
21	Perempuan	Syari'ah
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
22	Perempuan	Ekonomi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Laki-laki	Psikologi
24	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi

21	Perempuan	Ekonomi
23	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
20	Laki-laki	Ekonomi
23	Laki-laki	Sains dan Teknologi
23	Laki-laki	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Laki-laki	Ekonomi
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
20	Laki-laki	Ekonomi
23	Laki-laki	Ekonomi

22	Perempuan	Ekonomi
23	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi
20	Laki-laki	Ekonomi
21	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Laki-laki	Ekonomi
22	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Ekonomi
23	Laki-laki	Ekonomi
23	Laki-laki	Sains dan Teknologi
21	Perempuan	Sains dan Teknologi
21	Laki-laki	Ekonomi
21	Perempuan	Ekonomi
22	Laki-laki	Ekonomi

21	Perempuan	Sains dan Teknologi
22	Perempuan	Ekonomi